



REDINGTON TÜRKİYE'DEN BİR İLK:

KOBİ'ler İçin Tak-Çalıştır Fidyeye Yazılım Çözümü SafeHouse

Redington Türkiye, fidye yazılım saldırılarına karşı fiyat, performans ve güvenlik kriterlerini bir arada sağlayan yeni fidye yazılım ürünü SafeHouse'u Türkiye'deki KOBİ'lerin hizmetine sundu. Alanında ilk olan bu tak-çalıştır çözüm, Veritas, Trend Micro ve Supermicro ürünlerinin bir araya getirilmesiyle geliştirildi. Dijital sermayenin güvende tutulmasını ve verilerin kesintisiz korunmasını sağlayan SafeHouse ile işletmeler ister sanal ister fiziksel ya da çoklu bulut ortamında olsun, her türlü verilerini koruyabilecekler.

VERITAS



TREND
MICRO

Yenilikçilik DNA'mızda var!

Yenilikçiliği DNA'sında taşıyan Redington Türkiye, bir taraftan portföyüne yeni markalar eklemeye devam ederken, bir taraftan da insan kaynaklarından stratejik pazarlama yönetimine, dijital platformlardan ofis binasının renovasyonuna uzanan bir dizi yeniliği hayata geçirdi. Redington Türkiye, yenilikçi atılımlarını, global iş stratejileri ile yerel tecrübeyi birleştiren bir anlayışla kesintisiz olarak sürdürecektir.

Operasyonel Pazarlamadan Stratejik Pazarlamaya Doğru

Redington Türkiye, Pazarlama ve İletişim Yöneticisi Billur İşcan önderliğinde, operasyonel pazarlamadan stratejik pazarlamaya doğru ciddi adımlar attı.

"Yenilikçi Fikirleri Aksiyona Dönüştürerek Büyüyoruz"

Alt Yapı Çözümleri'nden sorumlu Redington Türkiye İş Birimi, Hitachi, Supermicro ve Veritas markalarını yönetiyor. İnsan kaynağına yatırım yapmayı öncelikli gören Redington Türkiye, uzman kanal satış yöneticilerinden oluşan ekibi ve sürekli büyüyen yetkin iş ortaklarıyla bu üç marka için yeni fırsatlar yaratmaya odaklanıyor.

"Markalarımıza Odaklanarak Her Birine Özel Stratejiler Geliştiriyoruz"

Yazılım çözümlerinin yer aldığı 11 markayı yöneten Redington Türkiye İş Birimi Yöneticisi Bora İncir ve ekibi, tek tek markalara odaklanarak, satış fırsatlarını artıracak ürüne özel stratejiler geliştiriyorlar. Corelight, Diamanti, Ivanti, Kissflow, MicroStrategy, Okta, PTC, Red Hat, Splunk, Trend Micro ve Versa Networks markalarından sorumlu olan ekip, hepsi içinde yetkin, son derece dinamik kanal satış yöneticileri ve satış destek uzmanlarından oluşuyor.

Profesyonel Hizmetler ve Redington Academy

Redington Türkiye, teknik danışmanlık ve eğitimler konusunda köklü ve derin bir uzmanlığa sahip olan ekibini, "Profesyonel Hizmetler Birimi" çatısı altında konumlandırdı. Redington ekosisteminin danışmanlık ihtiyaçlarına yanıt veren ekip ayrıca, Redington Akademi çatısı altında teknoloji sektörünün en çok ihtiyaç duyduğu konularda eğitim programları ve öğrenciler için Yaz Okulu programları da düzenliyor.

REDINGTON TÜRKİYE'DEN BİR İLK:

KOBİ'ler İçin Tak-Çalıştır Fidye Yazılım Çözümü SafeHouse

Redington Türkiye, fidye yazılım saldırılarına karşı fiyat, performans ve güvenlik kriterlerini bir arada sağlayan yeni fidye yazılım ürünü SafeHouse'u Türkiye'deki KOBİ'lerin hizmetine sundu. Alanında ilk olan bu tak-çalıştır çözüm, Veritas, Trend Micro ve Supermicro ürünlerinin bir araya getirilmesiyle geliştirildi. Dijital sermayenin güvende tutulmasını ve verilerin kesintisiz korunmasını sağlayan SafeHouse ile işletmeler ister sanal ister fiziksel ya da çoklu bulut ortamında olsun, her türlü verilerini koruyabilecekler.

21. yüzyılda yaşamın temel bileşenlerinden biri hâline gelen dijital dönüşüm, bireysel kullanıcılar ve kurumlar için farklı tehditleri de beraberinde getiriyor. Bu tehditlerin başında ise fidye yazılım (Ransomware) saldırıları geliyor. Fidye yazılım saldırıları kurumsal bilgilerin çalınması yoluyla şirketlerin maddi zarara ve kurumsal imaj kaybına uğramasına sebep oluyor.

FİDYE SALDIRILARININ SIKLIĞI GİDEREK ARTIYOR

Bilgisayar korsanlığı gibi konularda uzmanlaşan bir sigorta şirketi olan Hiscox'un yayınladığı bir rapora göre, 2017 yılında yaşanan ve yüzlerce işletmenin ciddi veri kayıplarına uğramasına yol açan "WannaCry" fidye yazılım saldırısında zarar gören firmaların %50'sinin bu konuyla alakalı herhangi bir hazırlığı bulunmamaktaydı. Bu firmaların %32'si 5 günden fazla verilerine erişemedi ve %20'si para ödemesine rağmen datalarını geri alamadı. Hiscox'un 2021 raporundan yola çıkarak, daha fazla firmanın saldırıya uğradığını, saldırıların sıklığının arttığını, firmaların BT bütçelerindeki siber çözümlere ayırdığı bütçenin yükseldiğini ve fidye yazılımı çözümlerinin daha ön plana geldiğini görüyoruz. Araştırma şirketi Gartner'ın 2021 "Veri Yedekleme ve Kurtarma" raporuna göre 2025'e geldiğimizde BT organizasyonlarının en az %75'i bir ve birden fazla saldırıyla yüzleşecek.

FİDYE YAZILIMI ÇÖZÜMLERİ KOBİ'LER İÇİN BÜYÜK ÖNEM TAŞIYOR

Fidye yazılım saldırıları sonucu oluşabilecek büyük miktardaki veri kaybı, siber saldırganların kurumlardan fidye talep ettiği bir süreç ortaya çıkartıyor. Bu nedenle hem maddi hem de kurumsal marka kimliği açısından ciddi zararlara uğramamak için fidye yazılımlarından korunmayı sağlayacak önlemler almak gerekiyor. Bu riskle

“ Verilere göre ortalama bir organizasyon dört adet yedekleme yazılımı kullanıyor. SafeHouse’un içinde yer alan Veritas Backup Exec çözümü ile bunun önüne geçip maliyet ve operasyon avantajı yaratmayı hedefliyoruz. Böylece, fiziksel, sanal, bulut ortamlarını yedeklemek ve alınan yedekleri tek bir ekrandan yönetmek mümkün oluyor. SafeHouse’u geliştirirken ayrıca birden fazla güvenlik özelliğini tek bir çatı altında toplayan Trend Micro Deep Security yazılımını tercih ettik. Bu yazılım, en son küresel tehdit bilgilerinden yararlanarak saldırılara karşı zamanında koruma sağlaması ile öne çıkıyor. ”

CEM BORHAN

savaşmanın tek etkili yöntemi, önemli verileri yedeklemek ve bu yedeğin güvenli bir ortamda bulunmasını sağlamak. Özellikle de fidye saldırıları karşısında ayakta kalma mücadelesi veren küçük ve orta ölçekli işletmeler açısından bu işlem büyük önem taşıyor. Verileri dağıtık yapıda kullanan birçok şirket, farklı yerlerde bulunan verileri yedekleyebilmek için farklı yedekleme çözümleriyle uğraşmak zorunda kalabiliyor ve bu yöntem verimsizlikle beraber ek maliyetleri de beraberinde getiriyor.

KOBİ’LER İÇİN YENİLİKÇİ BİR FİDYE YAZILIM ÇÖZÜMÜ SAFEHOUSE

Giderek artan fidye yazılımı tehdidine karşı kurumları korumak amacıyla harekete geçen Redington Türkiye ekibi, alanında ilk, kullanıma hazır tak-çalıştır fidye yazılım çözümü Redington SafeHouse’u geliştirerek hizmete sundu. Dijital sermayenin güvende tutulmasını ve verilerin kesintisiz korunmasını sağlayan SafeHouse, Veritas, Trend Micro ve Supermicro ürünlerinin bir araya getirilmesiyle geliştirildi.

Trend Micro Deep Security ile veriler, yedeklerinin saklandığı sunucu ile kurumun ortamında

bulunan sanal ve fiziksel sunucularda korunuyor. Trend Micro çözümü güvenlik açıklarını tespit ederek çözüm önerileri sunarken, Veritas Backup Exec çözümü, basit, güvenilir ve kesintisiz bir yedekleme sistemi sağlıyor. Supermicro markalı sunucular üzerinde kurulan bu yazılımlarla, fidye yazılımlarına karşı koruma, hızlı, verimli yedekleme ve kurtarma hizmetleri bir arada veriliyor. Ayrıca, akıllı veri tekilleştirme sayesinde optimize depolama imkânı da elde eden işletmeler, ister sanal ister fiziksel ya da çoklu bulut ortamında olsun, her türlü verilerini SafeHouse ile koruyabiliyorlar.

FİYAT, PERFORMANS VE GÜVENLİK KRİTERLERİNİ BİR ARADA SAĞLIYOR

Redington Türkiye Genel Müdürü Cem Borhan, “Bir BT pazaryeri olarak kendini konumlayan Spicework’ün verilerine göre, ortalama bir organizasyon dört adet yedekleme yazılımı kullanıyor. SafeHouse’un içinde yer alan Veritas Backup Exec çözümü ile bunun önüne geçip maliyet ve operasyon avantajı yaratmayı hedefliyoruz. Bu yedekleme yazılımı ile fiziksel, sanal, bulut ortamlarını yedeklemek ve alınan yedeklerin tek bir ekrandan yönetilmesi mümkün oluyor. SafeHouse’u geliştirirken, birden fazla güvenlik özelliğini tek bir çatı altında topladığı için Trend Micro Deep Security yazılımını tercih ettik. Altını çizmek isterim ki en son küresel tehdit bilgilerinden yararlanarak saldırılara karşı zamanında koruma sağlaması da ürünü öne çıkaran özelliklerinden biri. Fidye Yazılım tehdidine karşı fiyat, performans ve güvenlik kriterlerini bir arada sağlayan SafeHouse çözümünü Türkiye’deki kurumların hizmetine sunuyoruz” dedi.

SAFEHOUSE’A ERİŞMEK SON DERECE KOLAY

KOBİ’ler SafeHouse hizmetinden yararlanabilmek için redington.com.tr’de yer alan ürün sayfasını ziyaret edebilir, buradan kolayca başvuru yaparak demo talep edebilir ya da safehouse@redington.com.tr adresine e-posta gönderebilirler. Redington Türkiye’nin uzman ekibi talep gönderen işletmeler ile en kısa sürede iletişime geçiyor ve şirketin yetkili bir iş ortağı ile işletmeye özel fidye yazılım çözümü oluşturuluyor.

Operasyonel Pazarlamadan Stratejik Pazarlamaya Doğru

Redington Türkiye, Pazarlama ve İletişim Yöneticisi Billur İşcan önderliğinde, operasyonel pazarlamadan stratejik pazarlamaya doğru ciddi adımlar attı.

Billur Hanım, öncelikle eğitim ve kariyer yolculuğunuz hakkında kısaca bilgi alabilir miyiz sizden?

BİLLUR İŞCAN: Sabancı Üniversitesi Ekonomi Bölümü'nden ikincilikle mezun olduktan sonra önde gelen bankalarda pazarlama iletişimi ürün yönetimi ve iş geliştirme alanlarında çeşitli görevler üstlendim. Lisansüstü eğitimime devam etmek üzere iş hayatına kısa bir süre ara verdim ve London School of Business & Finance (LSBF) bünyesinde lisansüstü programlara katılmak üzere Londra'ya gittim. LSBF'de Stratejik İş Yönetimi Programı'nı en yüksek derece ile tamamladım. Proje Yönetimi, Liderlik, Uluslararası İş Yönetimi alanlarında da dersler aldım. Türkiye'ye döndükten sonra ise yine pazarlama ve ürün yönetimi kapsamında olmakla birlikte, dijital pazarlama, CRM ve veri analitiği projelerinde görevler aldım. Bu süreçte Koç Üniversitesi'nin yönetim programlarına da katıldım. Gerek görev aldığım sektörlerde özel teknoloji uygulamaları, gerekse iş dünyasını etkisi altına alan dijital dönüşüm üzerine de sertifikalarım var.

2020 yılında yolunuz Redington ile nasıl kesişti?

BİLLUR İŞCAN: Teknoloji sektörüne hep ilgim vardı ve kariyer fırsatlarını takip ediyordum.



Billur İşcan

Pazarlama ve
İletişim Yöneticisi

Kurumsal teknolojiler tarafında, ödeme sistemleri, finansal hizmetler, CRM gibi pek çok projede yer almış olsam da sektörde deneyimim yoktu. 2020 yılı son çeyreğinde, bir Redington şirketi olan Linkplus ile görüşmelere başladım. Genel Müdürümüz Cem Borhan, şirketin yapısını ve vizyonunu anlattığında, pazarlama tarafında yapılabilecek işler olduğunu fark ettim. Cem Bey'in teknoloji distribütörlüğü sektörünün geleneksel operasyonel pazarlama anlayışının çok ötesinde stratejik pazarlama işleyişine geçme yönünde çok değerli bir vizyonu vardı. Bu fırsatın, kariyerimde heyecan verici ve uzun soluklu bir adım olabileceğini düşündüm ve 2020 yılı Kasım ayında göreve başladım.

Göreve başladığınızda hangi adımları attınız?

BİLLUR İŞCAN: Öncelikle bir durum tespiti yapmak gerekiyordu. Bunun için gerçekleştirdiğimiz SWOT analizinin sonuçları doğrultusunda hızla bir pazarlama stratejisi geliştirdik. İlk işlerimizden biri de Linkplus isminin Redington Türkiye olarak dönüştürülme süreciydi. İsmimizin ve logomuzun değişimini kurumsal kimliğimize doğru biçimde yansıtmak önemliydi. Pandemiye, ofisimizin kurumsal kimliğimize uygun bir şekilde yenilenebilmesi için bir fırsat olarak gördük. Evden çalışma sürecinde kapsamlı bir renovasyon gerçekleştirildi. Çalışma ortamı, yeni koşullara ve hibrit çalışma anlayışına göre düzenlendi. Aynı şekilde, yer aldığımız dijital platformlar ve web sitemiz de yenilendi. Web sitemizi hem Redington'ın global kimliğini yansıtacak hem de dijital pazarlama uygulamalarını içinde barındıracak şekilde en baştan tasarladık ve lanse ettik. Bu süreçte ayrıca, bir CRM uygulamasını da hayata geçirdik.

Yaptığımız işleri ve markalarımızı tanıttığımız, müşterilerde hayata geçirilen projelerin başarı hikayelerine yer verdiğimiz Plus dergisini, güncel içeriklerin yer aldığı aylık bir dijital yayına dönüştürdük. Plus dergisinin basılı bir versiyonunu da "yıllık" rapor gibi konumlandırarak koruduk.

Bunlara paralel olarak pazarlama stratejilerinin uygulanmasına yönelik adımlar atmaya başladık. Operasyonel pazarlamadan stratejik pazarlamaya geçiş için ortaya koyulan fikirlerin yönetim tarafından benimsenmesi, bunların hayata geçirilmesinde tüm birimlerin destek olması, pazarlama anlayışını sıfırdan kurgulayabileceğimiz bir ortam yaratılmasında çok önemli rol oynadı.

Sizce Redington Türkiye'nin stratejik pazarlamaya geçişinde güçlü olduğu yanları nelerdi?

BİLLUR İŞCAN: Linkplus, katma değerli

2021 ADIMLARI

- >> Linkplus isminin Redington Türkiye olarak dönüştürülmesi. İsim ve logo değişimini kurumsal kimliğe doğru biçimde yansıtmak önemliydi.
- >> Pandemi, ofislerin kurumsal kimliğe uygun bir şekilde yenilenebilmesi için bir fırsat olarak görüldü. Evden çalışma sürecinde kapsamlı bir renovasyon gerçekleştirildi. Çalışma ortamı, yeni koşullara ve hibrit çalışma anlayışına göre düzenlendi.
- >> Redington Türkiye web sitesi ve dijital platformlardaki sayfalar yenilendi. Web sitesi, hem Redington'ın global kimliğini yansıtacak hem de dijital pazarlama uygulamalarını içinde barındıracak şekilde en baştan tasarlandı ve lanse edildi.
- >> Web sitesinin yenilenme sürecinde bir CRM uygulaması da hayata geçirildi.
- >> Yapılan işlerin ve markaların tanıtıldığı, müşterilerde hayata geçirilen projelerin başarı hikayelerine yer verilen Plus dergisi, güncel içeriklerin yer aldığı aylık bir dijital yayına dönüştürüldü. Plus dergisinin basılı bir versiyonunu da "yıllık" rapor gibi konumlandırılarak korundu.
- >> Markalar için Türkçe içerikli, çok kısa ürün ve çözüm videoları üretimine başlandı.
- >> Ekim ayı itibariyle markalarla iş ortakları ve müşterileri bir araya getirmeyi hedefleyen yüz yüze etkinliklere start verildi.

“CRM projemizi kurgularken bir ‘lead generation’ yani ‘fırsat üretme’ yapısı da kurduk. Artık otomatik olarak ilerleyen bir sürecimiz var. Dijital reklamlarımız üzerinden üretilen fırsatı, yani müşteri adayını, web sitemizdeki ilgili kampanya sayfası üzerinden CRM’imiz ile buluşturuyoruz.”

distribütörlük konusunda çok iyi işler yaparak kendisini sektörde farklılaştırmış, butik bir şirketti. Global bir yapıya katılmıştı ve yerel özellikleriyle global getirileri iyi bir şekilde harmanlayan yapısı vardı. Değişime çok hızlı bir şekilde ayak uydurabiliyordu. Bu, yaptığımız SWOT analizinde ortaya çıkan sonuçlardan biriydi. Yeniliğe, değişime yönelik yatırımlara açık bir yönetim olması da çok önemli bir artıydı.

Bu süreçte ve sonrasında kimlerden destek aldınız? Önümüzdeki dönemde bir pazarlama ekibi kurma yönünde de adımlar atacak mısınız?

BİLLUR İŞCAN: En büyük destekçilerim, başta iş birimlerinin yöneticileri ve kanal satış yöneticileri olmak üzere tüm Redington ailesiydi diyebilirim. Stratejik pazarlama yönetimi kapsamında ihtiyacım olan her türlü bilgiye ve desteğe erişmemi sağladılar. Diğer taraftan, PR, dijital tanıtım, performans pazarlaması, içerik üretimi tarafında çalıştığımız ajanslarla, oldukça verimli iş birlikleri geliştirdik. Onlardan aldığımız desteğin başarılı sonuçlarını da görmeye başladık.

Ayrıca, yol haritamızı belirledikten sonra, 2021 yılı üçüncü çeyreği itibarıyla ekip kurma yönünde de ilk adımlarımızı attık. Eylül ayında, Gamze Erzen Pazarlama Uzmanı olarak ekibimize katıldı. İşe başladığımda 11 markamız vardı, bugün ise 16 marka için çalışıyoruz ve marka sayımızın giderek artmasını bekliyoruz. İş planımıza ve markalarımızın sayısının artmasına paralel olarak ekibimizi de genişletmeyi hedefliyoruz.

Billur Hanım, içerik pazarlamasına çok önem verdiğinizi biliyoruz. İçerik pazarlaması neden bu kadar önemli bir konu oldu?

BİLLUR İŞCAN: Pazarlamanın en önemli konusu artık içerik üretimi. İçerik pazarlaması, göz önünde olabilmemenin, bilinirliğini sağlamanın, ürününüzü, çözümünüzü, başarılarınızı anlatabilmenin yolu. Bu her sektör için böyle. Biz de markalarımız, ekosistemimiz ve müşterilerimizle sürekli temas edebilmemiz, özellikle teknoloji distribütörlüğü alanında kendimizi bir otorite olarak ortaya koyabilmemiz için içerik pazarlamasından yararlanıyoruz. Tabii burada dijital içerik artık çok fazla öne çıkıyor. Örneğin, yayınlamakta olduğumuz Plus dergisi, içerik pazarlaması tarafında önemli bir aracımız. Geçmiş 10 yıla dayanıyor ve kaliteli içeriği ile sektörde bilinen bir dergi. Biraz önce de söz ettiğim gibi sahip olduğumuz bu değeri, içerik pazarlaması anlayışımız doğrultusunda, basılının yanında aylık dijital bir yayına da dönüştürdük. Hedef kitlemizle sürekli iletişim halinde olabilmek, haberlerimizi, gündemimizi, başarı hikayelerimizi güncel olarak paylaşabilmek için bu adımı attık.

Dijital anlamda içerik pazarlaması tarafında başka ne tür üretimler yapıyorsunuz?

BİLLUR İŞCAN: Artık video yayınları, en çok kıymet taşıyan içeriklerin başında geliyor. Öğrenmek istediğimiz her şey için

dijital videolar izliyoruz. Bu sektörde video konusunda çok önemli iki nokta var. Birincisi, sayısız İngilizce içerik olmasına rağmen Türkçe içerik çok az. Oysa özellikle daha fazla ulaşmayı istediğimiz KOBİ'ler için Türkçe içerik çok daha değerli. İkincisi, kimsenin uzun uzun video izlemeye zamanı yok. Derdini kısa, öz ve çarpıcı bir ifade ile anlatmak zorundasınız.

İşte biz bu iki bilgiden hareketle, markalarımız için Türkçe içerikli, çok kısa ürün ve çözüm videoları üretmeye başladık. İlk içeriğimizi Trend Micro için yaptık. Ortaya çıkan iş, diğer markalarımız tarafından da benimsendi, beğeni topladı. Ardından Okta, Hitachi, PTC, Splunk ve Veritas markalarıyla video üretimine devam ettik. Önümüzdeki süreçte de tüm markalarımızla böyle çalışmalar yapmayı ve bu videoları dijital platformlarda yaygınlaştırmayı hedefliyoruz.

Redington Türkiye You Tube kanalından bu içeriklere ulaşmak ve paylaşmak mümkün.

Dijital medyada stratejik pazarlamaya yönelik başka hangi uygulamaları hayata geçirdiniz?

BİLLUR İŞCAN: Operasyonel pazarlamadan stratejik pazarlamaya geçiş planımızın başında, bazı kritik temas noktaları belirlemiştik ve bu doğrultuda dijital dönüşüm kapsamına giren bazı gereklilikler de ortaya çıktı. Dijital dönüşüm, şirketlerin çok farklı departmanlarında farklı projelerle uygulanabiliyor. Daha önce aktif bir dijital pazarlama geleneğinin olmadığını biliyorduk. Sadece bir web sitesi ve bir iki tane sosyal medya kanalı mevcuttu. Dijital pazarlama imkanlarını hakkıyla kullanmak istedik. Kendimize ait medya kanallarında nasıl hareket edeceğiz, bütçe kullanarak hangi kanalları geliştireceğiz gibi konularda bazı kararlar aldık.



Gamze Erzen

Pazarlama ve İletişim Uzmanı

GAMZE ERZEN HAKKINDA

Gamze Erzen, 2017 yılında Anadolu Üniversitesi İşletme Bölümü'nden mezun olduktan sonra BT sektöründe ERP, CRM, e-Commerce alanlarında hizmet veren bir iş ortağında, satış ve pazarlama departmanlarında çalıştı. Eylül 2021 itibari ile Redington'da Pazarlama ve İletişim Uzmanı olarak yeni görevine başladı.

Pazarlama ve İletişim departmanında, 360 derece pazarlama aksiyonlarında yer alarak, önümüzdeki dönemlerde distribütörlüğü sürdürülen tüm markalarla güçlü iletişim kurmak ve karşılıklı strateji ve beklentiler doğrultusunda en iyiyi oluşturmak hedefleri arasında yer alıyor.

Redington Türkiye bir de CRM projesi hayata geçirdi. Siz de bu projede yer aldınız. Pazarlama ile nasıl bir bağlantı kuruldu bu projede?

BİLLUR İŞCAN: Ürün ve çözümlerimizi arayan kişilerin karşısına çıkmaya başladık, tamam. Peki, arayan kişi linke tıkladığında nereye gidecek ve biz orada ne söyleyeceğiz? İşte bu konu da CRM projemizle örtüştü. Çünkü CRM projemizi kurgularken bir "lead generation" yani "fırsat üretme" yapısı da kurduk. Artık otomatik olarak ilerleyen bir sürecimiz var. Dijital reklamlarımız üzerinden üretilen fırsatı, yani müşteri adayını, web sitemizdeki

ilgili kampanya sayfası üzerinden CRM'imiz ile buluşturuyoruz. Müşteri adayı o sayfada, çözümle ya da ürünle ilgili kısa bir bilgiye, belki bir videoya ve yanında da bir forma ulaşıyor. Formu doldurarak ücretsiz demo vb fırsatlardan yararlanabiliyor ve bizden bilgi talep edebiliyor. Artık, CRM altyapımız üzerinden, yaptığımız kampanyalara başvuran kişilerin erişim bilgileri, düzenli bir şekilde geliyor. Hemen ardından da arama yaparak süreci başlatıyoruz.

CRM entegrasyonu ile birlikte, segment bazlı otomatik e-posta gönderimleri de yapabiliyoruz. Eskiden bir liste seçip, o listeyi yükleyerek gönderim yapıyorduk. Artık, istediğimiz segmente, herhangi bir listeyi yüklemeye gerek kalmadan otomatik bir şekilde, zaman ayarlayarak gönderim yapabiliyoruz.

Toparlamak adına, pazarlama ekibi olarak hali hazırda yürüttüğünüz faaliyetleri başlıklar halinde tekrar aktarabilir misiniz?

BİLLUR İŞCAN: Hizmetlerimizi, "e-posta pazarlaması", "sosyal medya pazarlaması", "içerik pazarlaması", "etkinlik pazarlaması" ve bu yıl eklediğimiz "dijital performans pazarlaması" başlıkları altında toparlayabilirim. Sürekli olarak e-posta desteği veriyoruz. Daha geniş kitlelere erişebilmek için markalarımız adına e-posta pazarlaması yapıyoruz. Sosyal medya pazarlaması kapsamında, çeyrek dönemler halinde yaptığımız planlamalarla, markalarımıza sosyal medya üzerinden içerik dağıtma imkânı sunuyoruz. Onların etkinliklerini duyuruyoruz. İçerik pazarlaması tarafında biraz önce söz ettiğim gibi Plus dergisi, video içerikleri, web sitesi ve blog içerikleri ile hizmet veriyoruz. Pandemide

online etkinlikler ağırlık kazansa da markaları müşteriler ve iş ortaklarıyla bir araya getiren özel etkinlikler düzenliyoruz. Son dönemde birkaç yüz yüze etkinlik de yapılmanın heyecanını yaşadık. Daha önce bahsettiğim bilinirlik ve fırsat yaratmaya yönelik aktiviteleri de performans pazarlaması altında gerçekleştiriyoruz.

Son olarak da Redington'ın global pazarlama stratejilerine nasıl entegre olduğunuzu sormak isteriz.

BİLLUR İŞCAN: Redington, satın alma ile global bilgi birikimini de beraberinde getirmiş oldu. Şirkete yeni katılan markalarda global kimliğimizin etkisi çok büyük. Redington Grup, pazarlamada oldukça ileri bir noktada. Pazarlama hep söylendiği şekilde bir gider departmanı olmaktan çıkartılarak bir gelir departmanına dönüştürülmüş. Hem Redington'ın hem de markaların kazandığı bir iş modeli bu. Pazarlama hizmetleri MDF'lerle yani "Marketing Development Funds – Pazar Geliştirme Fonları" modeliyle veriliyor. Yani bir pazarlama aktivitesi yapılacaksa, bazen tamamen markanın ortaya koyduğu bazen paylaşılan bütçeler oluşturuluyor. Markaların, ihtiyaçlarına göre bu hizmetleri talep edebilmesi sağlanıyor. Sektörün, iş ortaklarının, markaların pazarlama ihtiyaçlarını tespit ederek, onlara özel hizmet veren, gerçek bir katma değer ortaya koyan bir yapı söz konusu.

Redington Türkiye de geçmişten getirdiği değerleriyle bu yapıya entegre oldu ve güzel bir uyum yakaladı. Sürekli bilgi paylaşımı içerisinde olduğumuz bir organizasyonumuz var. Biz de global ekiple birlikte yerel ihtiyaçları gözeterek hareket ediyoruz ve pazarlama stratejilerimizi bu doğrultuda kurguluyoruz.

Dijital Yüzümüz Yenilendi

Redington Türkiye'nin dijital yüzü olan web sitesi yenilendi. Sitede trendlere uygun grafik tasarım anlayışı, mobil uyumluluk, geliştirilmiş kullanıcı deneyimi bakış açısı ve zenginleştirilmiş içerik yapısı benimsendi.



Redington Türkiye web sitesi, içinde bulunduğumuz dijital dönüşüm ve en son grafik tasarım trendlerine uygun olarak 2021 ilk çeyreğinde yeniden tasarlandı. Yeni web sitesi, küresel Redington kurumsal kimliği ile lokal distribütör kimliğinin uyumunu yansıtıyor.

CRM ALTYAPISI İLE ENTEGRASYON

Redington Türkiye web sitesi, CRM projesinin hayata geçirilmesi ile paralel olarak kurgulanan "lead generation", yani "fırsat

yaratma" yapısına uygun hale getirildi. Başvuru odaklı, dolu bir içeriğe sahip, Redington kimliğini ve iddiasını en iyi şekilde yansıtan bir yapı kazandırıldı.

HİZMETLER VE MARKALARA ERİŞİM

Modern tasarımıyla dikkat çeken yeni web sitesi, Redington Türkiye'nin lokal ve küresel köklerini, distribütörlüğünü üstlendiği markalara sağladığı katma değerini, satış, pazarlama ve teknik alanlarda vermekte olduğu hizmetleri ve eğitimleri

daha iyi anlatan, dolu bir içerik sunuyor. Bünyesindeki markalara, bu markaların farklı alanlarda sunduğu teknoloji ve çözümlere, Türkçe içeriklerle erişilmesini sağlıyor. Web sitesinin, markalara ve çözümlerine dair giderek daha fazla Türkçe içerik barındırması da hedefleniyor.

Sayfanın üst bandında, sağ köşede yer alan “Çözümlerimize Başvurun” bağlantısı ziyaretçilerle iletişimi sağlayan noktalardan sadece biri. Ayrıca sayfanın altlarına indikçe, detay sayfalarda, kampanya sayfalarında ve daha pek çok sayfada, “Bize Başvurun” yapısı devam ediyor. Hedef kitle, web sitesinin her noktasında iletişime davet ediliyor.

REDINGTON BLOG VE PLUS DERGİSİ

Yine sitenin üst bantı içerisinde sağ tarafta yer alan “Plus dergi” ve “Redington Blog” logolarına tıklayarak, dergi ve blog içeriklerine ulaşılabilir.

Plus dergisinde yayınlanan markalara ait müşteri başarı hikayelerine ve diğer içeriğe “Plus Dergi” bağlantısına tıklayarak erişmek mümkün.

Redington Blog ise uzmanlıklarıyla öne çıkan Redington Türkiye Teknik ve Profesyonel Hizmetler ekibinin çözüm ve teknolojilere yönelik bilgi birikimlerini ve teknoloji dünyasındaki en son gelişmeleri içeriyor. Blog’a her ay yeni içerikler ekleniyor.

“UZMANA SOR” BAĞLANTISI

Web sitesine bir de “Uzmanla Sor” bölümü için eklendi. Bu bölüme gelen teknik sorular, yine Redington Türkiye Teknik ve Profesyonel Hizmetler ekibi tarafından yanıtlanıyor.

MARKALAR YOUTUBE KANALINDA

Redington Türkiye, web sitesindeki yenilenme hareketini, yer aldığı tüm dijital mecralara ve sosyal medya platformlarına yansıtıyor. Özellikle Redington Türkiye YouTube kanalı, markalara özel hazırlanmış kısa Türkçe video içeriklerle dikkat çekiyor.



Redington Türkiye Ofisi Yenilendi

2021 yılına yeni bir yol haritasıyla başlayan Redington Türkiye, bütünsel dönüşümü hedefleyen stratejilerinin bir parçası olarak ofislerini de yeniledi.



2021 yılı başında gerçekleşen isim değişikliği ile birlikte Redington Türkiye, sürdürülebilir bütünsel yenilenmeyi hedefleyen bir yol haritası oluşturdu. Operasyonel pazarlamadan stratejik pazarlamaya geçiş adımlarını da kapsayan bu yol haritası doğrultusunda, İstanbul merkez ofis ve Ankara ofisi yenilendi.

VERİMLİ BİR HİBRİT ÇALIŞMA ORTAMI

Ofislerde, hem isim değişikliğinin ve global birikimin yansıtılması hem de yaratıcılığı destekleyen hibrit bir çalışma ortamının oluşturulması hedeflendi. Ofislerin yenilenme sürecinde Mimar Burcu Turan ile çalışıldı. Mevcut binanın uçtan uca bir renovasyon çalışmasıyla yenilenmesine karar verildi.

Bir teknoloji şirketi olduğunu ilk bakışta bile hissettirecek, giderek büyüyen bir ekibi uzun süre barındırabilecek bir ofis hayali ile yola çıkıldı. Aynı zamanda doğa ile bağ kuran, verimli bir etkileşim ortamı yaratılması hedeflendi.

Proje kapsamında, tepe yöneticiler için ekiplerle iletişimi koparmayacak şekilde özel odalar tasarlandı. Önceki yapıda iki adet olan toplantı odası sayısı, biri yönetim toplantı odası olmak üzere 7'ye yükseltildi. Ayrıca, 3 adet de "focus room" adı verilen, 2 metrekarelik, online görüşmelerin, konuşmaların yapılabileceği, belli bir iş için ekstra odaklanma ihtiyacı duyanların kullanabileceği odacıklar konumlandı.

Açık ofis ortamında kişilere özel masa düzeni yerine, herkesin her noktada bilgisayarlarını

takıp çalışabilecekleri yeni bir düzene geçildi. Eşyaların konulabileceği "locker" dolaplar yerleştirildi. Bu düzenleme, hibrit çalışmaya, yani hem ofiste hem de evde çalışmaya son derece uygun. Ayrıca, Redington Akademi için fonksiyonelliğin öne çıktığı bir mekân tasarlandı.

Bunların yanı sıra, marka bilincini, kurumsal kimliği ve kurumsal değerleri vurgulayan mottolar, Redington Türkiye'nin distribütörlüğünü üstlendiği markaların logoları ofis duvarlarına ve uygun konumlara uygulandı.

TAKIM ÇALIŞMASINI DESTEKLEYEN YAKLAŞIM

Sosyalleşmeye olanak tanıyan, takım çalışmasına yatkın bir ortam oluşturmayı hedefleyen proje kapsamında, teras bölümü kış bahçesine ve aynı zamanda çok amaçlı bir salona dönüştürüldü. Ana mutfak da yer aldığı bu bölümde, herkesin sosyalleşebileceği, kalabalık toplantıların,



etkinliklerin yapılabileceği bir mekân yaratıldı. Ayrıca, oturma setleri ile ekipler için molalarda kullanabilecekleri buluşma köşeleri oluşturuldu.

Eskiden verimli kullanılamayan bodrum katı, yan cephesi tamamen cam haline getirilerek yeni bir boyut kazandı. Oldukça aydınlık bir alana dönüşen bu kata, 20 kişinin bir araya gelebileceği bir yönetim toplantı odası, eğitim salonu ve masa tenisi alanı konumlandırıldı. Yine atıl bir alan olan Çatı katı da alternatif bir buluşma alanı olarak düzenlendi.

DAHA YEŞİL BİR BİNA

Bunların dışında, binanın tesisat, elektrik ve teknik altyapısı, sistem odası altyapısı yenilendi ve VRF ısıtma/soğutma sistemine geçildi. Elektrik ve su tüketiminde en yüksek tasarrufu sağlayacak gerekli yatırımlar yapıldı. Doğayı ofis ortamı ile yakınlaştırmayı hedefleyen bir peyzaj çalışması da projeye eşlik etti ve bu doğrultuda canlı çiçeklere yer verildi. Uyumu sağlamak için yer kaplamalarında doğayı çağrıştıran malzemeler seçildi.





ALTYAPI ÇÖZÜMLERİ İŞ BİRİMİ EKİBİ

Satış Destek Uzmanı
Ceren Berber ,
Kanal Satış Yöneticileri
Serkan Özkan ve
Gül Okumuş

İŞ BİRİMLERİNE İNSAN KAYNAĞI YATIRIMI

“Yenilikçi Fikirleri Aksiyona Dönüştürerek Büyüyoruz”

Alt Yapı Çözümleri'nden sorumlu Redington Türkiye İş Birimi, Hitachi, Supermicro ve Veritas markalarını yönetiyor. İnsan kaynağına yatırım yapmayı öncelikli gören Redington Türkiye, uzman kanal satış yöneticilerinden oluşan ekibi ve sürekli büyüyen yetkin iş ortaklarıyla bu üç marka için yeni fırsatlar yaratmaya odaklanıyor.

Redington Türkiye Altyapı Çözümleri İş Birimi Ekibi, birbirini bir puzzle'ın parçaları gibi tamamlayan, büyük kurumsal yapıların tercih ettiği üç markadan sorumlu: Yenilikçi teknolojilerle depolama ünitesi kavramına çok farklı bir bakış açısı sunan Hitachi, yedeklemede ezberleri bozan Veritas ve sunucu pazarında dengeleri değiştiren Supermicro. Redington Türkiye, altyapı tarafında konumlanan marka sayısını, önümüzdeki dönemde ağ tarafında ve alt seviye depolama üniteleri ile sunucuları tarafında da eklenebilecek yeni markalarla zenginleştirmeyi, marka sayısını bu tarafta da artırmayı hedefliyor.

Redington Türkiye İş Birimi ekibi için sektöre ve pazara hakimiyet ve pazarı yakından takip etmek son derece önemli. Lojistik ve finanstan ibaret

dar bir perspektiften bakmıyorlar distribütörlük kavramına. Piyasayı çok iyi görüyorlar, iyi okuyorlar. Hem üretici hem de iş ortağı tarafına 360 dereceden bakabilme yeteneğine sahipler. Redington Türkiye bünyesindeki Profesyonel Hizmetler Birimi'nde yer alan teknik uzmanların yardımıyla ihtiyaç duyan iş ortaklarına destek veriyorlar. Üreticiler ve iş ortakları arasında kurdukları iletişim köprüsü çok büyük değer taşıyor. Sahip oldukları bilgi, yeni ve çapraz satış fırsatları yaratmalarında da son derece etkili oluyor.

Alt Yapı Çözümlerinden sorumlu Redington Türkiye İş Birimi ekibi ile bir araya gelerek hem kişisel deneyimleri hem de markalarla çalışma biçimleri üzerine değerlendirmelerini aldık. Kanal Satış Yöneticileri Gül Okumuş, Serkan Özkan ve Satış Destek Uzmanı Ceren Berber ile görüştük.

Gül Hanım sizden başlayalım. Kariyer yolculuğunuz ve bu yolculukta Redington Türkiye ile nasıl buluştuğunuza dair sizden kısa bir bilgi alabilir miyiz?

GÜL OKUMUŞ: BT sektöründe farklı distribütör kuruluşlarda uzun yıllar çalıştım. Toplam 16 yıllık bir deneyimim var, Proje Sorumlusu, Kurumsal Kanal Satış Yöneticisi ve Ürün Yöneticisi olarak görevler aldım. Dünyanın önde gelen bir sunucu markasının uzun süre hem satış hem de ürün yönetimini üstlendim. Daha sonra 2020 yılının Eylül ayında Redington Türkiye ile yollarımız kesişti.

Redington Türkiye’de hangi markalardan sorumlusunuz?

GÜL OKUMUŞ: Redington Türkiye ailesine katıldığım ilk dönem Veritas markasının yanı sıra Hitachi markasına da destek oluyordum. Kısa bir süre içerisinde ekibe Serkan Özkan'ın katılımıyla

birlikte, sadece Veritas markasına odaklı olarak çalışmaya başladım.

Önceliğim, Veritas markasının bilinirliğini artırmak amaçlı pazarlama faaliyetlerinde bulunmak. Örneğin son dönemde “Fidye Yazılımlara Karşı Korunuyor musunuz?” başlıklı bir doküman hazırladık. Dijital platformlarda duyurusu yapılan bu çalışma Veritas'ın bu alandaki gücünü vurgulamamızda önemli bir rol oynadı.

Bir taraftan mevcut iş ortaklarımızla olan iletişimimizi korumaya ve geliştirmeye devam ederken, bir taraftan da yeni iş ortaklarıyla bağlantılar kurarak işimizi geliştirmek amaçlı planlamalar yapıyoruz.

Sizce Redington Türkiye’nin güçlü olduğu alanlar neler?

GÜL OKUMUŞ: Redington distribütörlüğünü yaptığı markalar ile katma değerli kavramının altını dolduruyor. Öncelikle alanında deneyimli ve pazara hakim bir kanal satış ekibi var.

Bunun dışında profesyonel servis tarafında satış öncesi ve satış sonrası olarak hizmet verebilmekteyiz. Teknik taraftaki deneyimimizle de iş ortaklarımıza uçtan uca destek sağlayabiliyoruz. Bu bize çok büyük avantaj sağlıyor.

Ayrıca markalar arası sinerji olanakları da çok güçlü. Büyük projelerde birkaç markamızı bir araya getirerek rekabetçi bir şekilde yer alma şansımız yüksek. Örneğin, Veritas Backup Exec çözümü ve Supermicro sunucular ile bütünleşik bir sistem oluşturmayı planlıyoruz. Bu ürünün Backup Exec Appliance olarak satılmasını arzu ediyoruz. Hedefimiz, “tak çalıştır” bir çözümle fidye yazılım koruması sağlamak. Şu anda böyle bir çözüm piyasada yok. Özellikle küçük ve orta ölçekli müşterilere yönelik, kolay kurulabilecekve maliyet açısından etkin bir çözüm olacak.

Serkan Bey sizi de tanıyabilir miyiz?

SERKAN ÖZKAN: Kariyerime teknik servis tarafında yani işin mutfağında başladım. Satış ve satın alma bölümlerinde görevlerim oldu. Çalıştığım bilgisayar firmasının iki farklı mağazası vardı. Bu mağazalar için kategori yöneticiliği ve showroom ürün tedarikinin sağlanmasına uzanan görevler üstlendim. Ardından yerli bir PC üretici firmada kanal sorumluluğunu aldım. Daha sonra iki farklı distribütörde kanal tarafında tecrübelerim oldu. Farklı markalarla iş geliştirme faaliyetleri yürüttüm. Son olarak, büyük bir iş ortağında Kıdemli Müşteri Yöneticisi olarak eğitim, sağlık ve otomotiv sektörü ile ilgilendim.

20 yıla yaklaşan bir sektör deneyimini yanıma alarak, geçtiğimiz Nisan ayında Hitachi ve Supermicro markalarından sorumlu Kanal Satış Yöneticisi olarak Redington ailesine katıldım.

Daha önce bu iki markayla ilgili tecrübeniz olmuş muydu?

SERKAN ÖZKAN: Yaptığım işin doğası gereği rakipleri çok iyi tanımamız gerekiyor. O nedenle Hitachi ürünlerini yakından takip ediyordum. Supermicro ürünlerini ise Redington'a katılımımla birlikte tanımaya başladım. Supermicro zaten yıllarca birçok marka için üretim yapmış, parça desteği sağlamış bir teknoloji şirketi. Ayrıca, yine daha önceki işlerim gereği Supermicro'nun da rakiplerini iyi tanıyordum. Dolayısıyla bu iki marka için verdiğimiz hizmetlerde sahip olduğum deneyimin faydasını görüyoruz.

Markalara yönelik ne tür çalışmalar yapıyorsunuz?

SERKAN ÖZKAN: Supermicro, dediğim gibi birçok marka için üretim yaptığından ve Tayvan'da tesisleri olduğu için, genellikle uzak

“Redington Türkiye İş Birimi ekipleri için sektöre ve pazara hakimiyet ve pazarı yakından takip etmek son derece önemli. Piyasayı çok iyi görüyorlar, iyi okuyorlar. Hem üretici hem de iş ortağı tarafına 360 dereceden bakabilme yeteneğine sahipler.”

doğulu bir firma olduğu düşünülüyor. Oysa ki San Jose, California merkezli, Silikon Vadisi'nde konuşlanmış bir Amerikan şirketi.

Sunucu tarafında çok güçlü ürünlere sahip olmasına rağmen bilinirliği az. Çünkü teknik tarafa ve B2B işlere ağırlık verdiği için tanıtım ve pazarlama konularında eksik kalmış. Biz Redington Türkiye olarak tanıtım ve pazarlama desteği vererek bu açığı kapatmayı hedefliyoruz. Supermicro sunucuları, iş ortaklarımızın ve müşterilerimizin ihtiyaçlarını çok doğru bir şekilde karşılayan özelliklere sahip. Biz bunları anlattıkça, ekosistemimizin de ilgisini çekti bu ürünler ve projelerinde kullanmaya başladılar. Biz bu ürünleri çok iyi tanımak ve en doğru yerlere adreslemekle yükümlüyük. Hitachi ürünlerinin ise kalitesi tartışılmaz. Birçok büyük müşteri yıllardır Hitachi ürünlerini kullanıyor ve çok memnunar.

Redington'ı diğer distribütörlerden farklı kılan yanları hakkında siz ne düşünüyorsunuz?

SERKAN ÖZKAN: Gül Okumuş'un da belirttiği gibi teknik insan kaynağının yetkinlikleri, eğitim

“Redington Türkiye, altyapı tarafında konumlanan marka sayısını, önümüzdeki dönemde ağ tarafında ve alt seviye depolama üniteleri ile sunucuları tarafında da eklenebilecek yeni markalarla zenginleştirmeyi, marka sayısını bu tarafta da artırmayı hedefliyor.”

merkezi olarak hizmet verebilmesi, finansal gücü, teknoloji alt yapısı ile Redington çok ciddi fark yaratıyor. Bunu, önceki tecrübelerime dayanarak rahatlıkla söyleyebilirim. Tekliflere çok hızlı dönülebiliyor olması da çok büyük avantaj sağlıyor. Çünkü müşteriye ne kadar hızlı teklif gönderebilirsek, o kadar hızlı dönüş sağlayabiliyoruz. İçeride sahip olduğumuz enerji ve dinamizmi ekosistemimize yansıtabildiğimiz ölçüde başarılıyız.

Bir de yine Gül Okumuş'un söz ettiği Veritas ve Supermicro birlikteliği ile “appliance” bir çözüm ortaya çıkarma gibi fikirleri çok değerli buluyorum. Bu fikirler bizim içimizden çıkabileceği ve markalar arasında köprü kurulabileceği gibi doğrudan iş ortaklarımızdan da gelebiliyor. Redington, bunları dinleyen, değerlendiren ve aksiyon alabilen bir yapıya sahip.

Ceren Hanım sizi de tanıyabilir miyiz?

CEREN BERBER: Aslında teknoloji sektöründe oldukça yeniyim. Üniversiteye başladığımda bir yandan da büyük bir teknoloji firmasında

operasyon bölümünde görev aldım. Oradan ayrıldıktan sonra üniversitenin son iki senesinde bir “work&travel” programına katılma şansım oldu. Programdan dönünce bir dönem Borsa İstanbul’da staj yaptım ve ardından elektrik üretimi yapan bir teknoloji firmasında çalışmaya başladım ve mezuniyetimden sonra da bir yıl bu şirkette devam ettim. Satış ve operasyon sorumlusuydum. Bu süreçte Redington Türkiye ile yollarımız kesişti ve Nisan ayında Satış ve Operasyon sorumlusu olarak Altyapı Çözümleri İş Birimi ekibine katıldım. Hitachi, Supermicro ve Veritas markalarına destek veriyorum. Aslında Gül Hanım ve Serdar Bey satışın her aşamasına dahil olmamı sağlıyorlar. Tüm süreçlere dahil ediliyorum ve satışa dair çok şey öğreniyorum.

Son olarak neler söylemek istersiniz?

GÜL OKUMUŞ: Redinton Türkiye hızla büyüyor ve marka sayısını artırıyor. Önümüzdeki dönemlerde iş ortaklarımızı yeni markalar ve hizmetler ile buluşturmak için çalışmalarımız devam etmekte.

SERKAN ÖZKAN: Bizler hem markalarımızın hem de iş ortaklarımızın parçası olarak görüyoruz kendimizi. Onlara en iyi şekilde satış desteği vermek görevimiz. Ancak bunu yaparken yenilikçi fikirlere ve bu fikirleri aksiyona dönüştürmeye ihtiyaç olduğunu düşünüyoruz. Markalarımızın yaygınlaşması, iş ortaklarımızın yenilikçi projelerle büyümeleri için stratejiler geliştirmeye, yeni fikirleri hayata geçirmek için aksiyon almaya biz hazırız. Aramızdaki iletişimi her geçen gün daha da güçlendireceğimize ve yarattığımız sinerjiyle hep birlikte büyüyeceğimize inanıyoruz.

“Markalarımıza Odaklanarak Her Birine Özel Stratejiler Geliştiriyoruz”

Yazılım çözümlerinin yer aldığı 11 markayı yöneten Redington Türkiye İş Birimi Yöneticisi Bora İncir ve ekibi, tek tek markalara odaklanarak, satış fırsatlarını artıracak ürüne özel stratejiler geliştiriyorlar. Corelight, Diamanti, Ivanti, Kissflow, MicroStrategy, Okta, PTC, Red Hat, Splunk, Trend Micro ve Versa Networks markalarından sorumlu olan ekip, hepsi işinde yetkin, son derece dinamik kanal satış yöneticileri ve satış destek uzmanlarından oluşuyor.

Bora Bey, siz ekibinizle birlikte yazılım çözümleri çatısı altında yer alan markaları yönetiyorsunuz. BT sektöründeki tecrübenizin böyle bir görevi yerine getirirken çok önemli olduğunu biliyoruz. Öncelikle sektördeki



“Marka ve ürünlerin ekosistem aracılığıyla nasıl geliştirileceğine dair stratejiler belirliyor ve o stratejiler doğrultusunda ilerliyoruz.”

BORA İNCİR

**İş Birimi Yöneticisi
Redington Türkiye**

deneyiminiz ve bugün üstlendiğiniz görev hakkında bilgi verebilir misiniz?

BORA İNCİR: ODTÜ Matematik Bölümünden mezun olduktan sonra, yine aynı üniversitede Executive MBA eğitimimi tamamladım. Teknik tarafı öne çıkan bir eğitim almama rağmen, ağırlıklı olarak iş geliştirme ve satış tarafında görevler aldım. SAP, SAS gibi dünyanın lider yazılım şirketlerinde ve ülkemizin önde gelen sistem entegratörü Meteksan'da, 20 yılı aşkın



YAZILIM ÇÖZÜMLERİ İŞ BİRİMİ EKİBİ

Soldan Sağa: Kanal Satış Yöneticileri **Ozan Aksakal**, **Beyza Günay**, İş Birimi Yöneticisi **Bora İncir**, Kanal Satış Yöneticisi **Suna İnal Sercan**, Satış Destek Uzmanı **Neslihan Konya** ve Kanal Satış Yöneticisi **Sinem Kartal**.

bir yöneticilik deneyimine sahip oldum. Global distribütör kimliğiyle Türkiye’de faaliyet gösteren Redington Türkiye’ye 2021 Şubat ayında katıldım. Şu anda 11 markayı kapsayan yazılım çözümlerinin yer aldığı iş birimini yönetiyorum. Hepsi işinin uzmanı olan kanal satış yöneticisi arkadaşlarımla birlikte, Corelight, Diamanti, Ivanti, Kissflow, MicroStrategy, Okta, PTC, Red Hat, Splunk, Trend Micro ve Versa Networks markalarından sorumluyuz. Sektörde bugüne kadar elde ettiğim bilgi birikimini verimli bir şekilde yansıtabileceğim, heyecan verici bir görev üstlendiğimi düşünüyorum.

İş geliştirme ve satış tarafındaki deneyiminizin hangi özelliklerini Redington’daki görevinize yansıtabileceğinizi düşünüyorsunuz?

BORA İNCİR: “Satış”, dinamizm demektir. 360 derece bakış açısına sahip olmanız, pazarı çok iyi takip etmeniz, fiyatlara ve ürünlerin özelliklerine hâkim olmanız, hızlı kararlar alabilmeniz, en doğru iş ortağı kanalını kullanmanız gerekir. İş Geliştirme de araştırma, verilerden hareketle tahminleme ve doğru alanlara yönelebile

yeteneklerine ihtiyaç duyar. Ekibimle birlikte, sorumluluğunu üstlendiğimiz markalarımıza satışın dinamizmiyle iş geliştirmenin mantığını yansıtmayı hedefliyoruz. Redington, marka sayısı çok hızlı bir şekilde büyüyen bir distribütör. Oyunu değiştirme iddiasındaki çok özel ürünlere ve yenilikçi teknolojilere sahip markalar bunlar. Bu yıl edindiğim Redington deneyimimden son derece memnunum. Bu markalara sunabilecek çok ciddi bir bilgi birikimine sahip olduğumuz, onlara çok şey sunabileceğimiz açıkça görülüyor. Yapacak çok işimiz var ve markalarımız eklendikçe ekibimizi de hızla büyötmeye devam edeceğiz.

Markalarınız Türkiye’de nasıl bir yapılanmaya sahip?

BORA İNCİR: Bazı markalarımızın Türkiye’de zaten temsilcilikleri var. Dolayısıyla kendi ekipleri, organizasyonları bulunuyor. Bazı markalarımızın ise Türkiye’de ofisleri bulunmuyor. Türkiye’de temsilcilikleri olan markalar için kendimizi destek ekip olarak konumluyoruz. Onların organizasyonlarıyla

birlikte hareket ediyoruz. Marka ve ürünlerin ekosistem aracılığıyla nasıl geliştirileceğine dair stratejiler belirliyor ve o stratejiler doğrultusunda ilerliyoruz. Türkiye’de ofisi olmayan markalar içinse hem danışmanlık rolü üstleniyoruz hem de o markanın temsilcisiymiş gibi aksiyon alabiliyoruz. Türkiye’de nasıl büyümeleri gerektiğine dair bir yol haritası çiziyoruz. İş ortağı ekosisteminin yaratılması, daha çok iş ortağının ekosisteme katılması, iş ortaklarının teknik ve satış yetkinliğinin artırılması gibi konular bizim sorumluluğumuzda yürütülüyor.

İş ortaklarınıza dair nasıl bir izlenim edindiniz sekiz aylık süreçte?

BORA İNCİR: Redington Türkiye, LinkPlus döneminden gelen çok köklü bir distribütörlük geçmişine sahip. Hem çok geniş hem de çok güçlü bir ekosistemi var. Çok farklı sektörlerde ve farklı bölgelerde uzmanlaşmış, farklı özellikleriyle, yetenekleriyle öne çıkan iş ortaklarını barındıran çok zengin bir ekosistem bu. İş ortaklarımızın potansiyeli de çok yüksek. Birbirini tamamlayabilen markalarımızı bir araya getirerek çok önemli fırsatları değerlendirebilen iş ortaklarımız var. Bu anlayışın daha da yaygınlaşması için çalışmalar yapıyoruz. Elimizdeki bu güçlü markalar ve iş ortağı ağımla çok büyük bir sinerji yaratabileceğimize inanıyorum.

Ekibinizin markalara yaklaşımı nedir?

BORA İNCİR: Her ortamda dile getirdiğimiz gibi bizim en önemli özelliğimiz, katma değerli distribütör olmamız. Her markayı hem teknik hem de satış tarafında mümkün olduğunca desteklemeye çalışıyoruz. Bazı teknik arkadaşlarımız çok üst seviyede sertifikalara sahip. Türkiye’de o ürün için sadece birkaç kişiye verilmiş olan sertifikalar bunlar. Kanal

satış yöneticisi arkadaşlarımız, kendileri satış fırsatları oluşturmaya, takip etmeye ve bunları belli noktada iş ortaklarımızla devam ettirmeye yönelik çalışmalar yapıyorlar. Yani, müşteriye dokunan bir distribütörüz. Buradaki iş yapış şekillerini de bu anlayışla geliştirmek istiyoruz. Bir marka Türkiye’de nasıl daha etkin olur, iş ortaklarımız bu markaya ait ürün ve teknolojilere dair daha fazla nasıl yetkinlik kazanır, nasıl daha fazla satış yapabilirler diye düşünerek ilerliyoruz. Yani hem satış hem de teknik olarak markayı destekliyoruz. Hatta kimi markalarımıza satış sonrası destek de veriyoruz.

Gündeminizde neler var?

BORA İNCİR: Bulut, gündemimizde önemli bir yer tutuyor. Biliyorsunuz, artık her şey Bulut’a yönelmiş durumda. Biz de yakın zamanda iş ortaklarımızın kullanımına açacağımız bir Bulut portalımızın olmasını hedefliyoruz. Hem onların 24 saat destek alabilmeleri hem de temsilcisi olduğumuz Bulut markalarının sürekliliği için bu portalın kritik olduğunu düşünüyoruz. Türkiye’de halen bazı sektörlerde Bulut hizmetlerinin satış fırsatlarını oluşturmada sıkıntılar olmakla birlikte, Bulut’taki yükseliş trendi açıkça görülüyor. Biz de portföyümüzdeki %100 Bulut markalarının sayısını artırmayı planlıyoruz.

Bora Bey ekip arkadaşlarınızdan da kısaca söz edebilir misiniz? Sonrasında da onları ve hangi ürünlerden sorumlu olduklarını kendilerinden öğreneceğiz.

BORA İNCİR: Kanal Satış Yöneticilerimiz Sinem Kartal, Beyza Günay, Suna Sercan ve Ozan Aksakal, Satış Destek Uzmanı Neslihan Konya’dan oluşuyor şu anda ekibimiz. Biraz önce de dediğim gibi marka sayılarımız arttıkça ekibimizin de büyümesini hedefliyoruz.

Sinem Hanım siz Redington'da ne kadar zamandır görevlisiniz ve nasıl bir deneyimden geliyorsunuz?

SİNEM KARTAL: Mezuniyet sonrası, kısa süreli bir yurt dışı tecrübem oldu. Döndüğümde kendimi BT sektörünün içerisinde bulunca, kariyerimin ilk adımlarını da bu sektörde atmış oldum. Sonrasında radikal bir değişiklik, sigortacılık, hizmet ve sağlık gibi farklı sektörlerde, fakat alanında uzman, global firmalarda benzer görevler üstlendim. Ancak, çalıştığım tüm şirketlerde BT sektörünün kendine has dinamiğini ve enerjisini aradım. 2018 yılında yerel bir üreticiden gelen teklifi değerlendirerek yeniden BT'ye geri dönüş yaptım. Önce satış yöneticisi, ardından da yurtdışı pazarlarda iş geliştirme yöneticisi olarak devam ettim. Bu süreçte Splunk ile tanıştım ve fazlasıyla dikkatimi çekti. Öyle ki, Splunk'a duyduğum ilgi beni Redington Türkiye ile buluşturdu. Temmuz 2020 itibarıyla Splunk'ın da aralarında bulunduğu Tableau, Corelight, Diamanti'nin Kanal Satış Yöneticisi olarak görev almaya başladım.

Çok severek ve mutlulukla çalıştığım bir yılı geride bıraktım. Üretici, iş ortakları ve son kullanıcı arasında köprü olabilmek son derece kritik olan bu iletişimi sürdürülebilir kılmak benim için çok önemli ve değerli.

Üstlendiğiniz markalar hangi özellikleriyle öne çıkıyor?

SİNEM KARTAL: Benim sorumluluğunu yürüttüğüm markaların ortak özelliği, Türkiye'deki tek yetkili distribütörleri olmamız ve burada ofislerinin bulunmaması. Dolayısıyla bu durum ekstra bir sorumluluk yüklerken bir yandan da bize daha geniş bir oyun alanı oluşturuyor. Markalarım içerisinde en eski üreticimiz Splunk ve 2016'dan beri tek yetkili distribütör olarak markayı yönetiyoruz. Potansiyeli dolayısıyla yıllar geçtikçe de büyüyen bir alana ihtiyaç duyduğu açıkça görülüyor. Türkiye pazarında Splunk'ın bilinirliği

kabiliyetlerine nazaran eksik kalmış biraz. Güvenlik / SIEM çözümü olarak tanınıyor. Oysa Splunk bir veri analitiği platformu ve çok daha geniş bir kapsamı var. Güvenlik Splunk'ın sadece %30'luk bir dilimini oluşturuyor. Splunk'ın, verisi olan her şirketin faydalanabileceği bir platform olduğunu anlatmak üzere strateji geliştiriyoruz. İş ortaklarını da bu doğrultuda yönlendiriyor, yetkinliklerini farklı seviyelerde artırmak için çalışıyoruz.

Corelight da çok yeni bir çözüm ve henüz ülkemizde ofisi yok. En kısa sürede hem iş ortakları hem de son kullanıcı tarafında tanınmasını sağlamak istiyoruz. Çok büyük verileri minimum rakamlara indirebilen ve ciddi bütçe avantajları yaratan Corelight'ın globalde savunma sanayi, enerji ve kamu sektörlerinde çok ciddi referansları bulunuyor. Bir diğer önemli katma değeri ise diğer markalarımızla ortak çalışabiliyor.

Diamanti'ye de değinebilir miyiz?

SİNEM KARTAL: Diamanti 2020 sonunda aramıza katıldı. Yeni bir marka olmasının yanı sıra yeni bir teknolojiye sahip olan bir Kubernetes platformu sunuyor. Sadece bir yazılım değil, aynı zamanda donanım çözümü de var. Bütünleşik bir sistem. Sunuculara çok yüksek sayıdaki talebi karşılayabilecek bir kapasite sağlıyor. Sağladığı verimlilik ve maliyet avantajlarıyla, global pazarda dikkatleri üzerine çekmiş bir marka ve hızlı geliyor. Bizim de Türkiye'de alanında lider farklı sektörlerdeki müşterilerimizle PoC çalışmalarımız devam ediyor. Teknik arkadaşlarımızla birlikte, PoC çalışmalarının birçoğunda iş ortaklarımıza destek oluyoruz. İleride parlamasını beklediğimiz markalarımızdan bir tanesi Diamanti.

Ozan Bey siz ekibe çok yeni katıldınız ve PTC markasından sorumlusunuz. Siz de kendinizden ve PTC markasından söz edebilir misiniz?

OZAN AKSAKAL: Kariyerime bir yazılım şirketinde Kanal Satış Yöneticisi olarak başladım ve ardından

global bir distribütörde Ürün Satış Müdürü olarak devam ettim. Sektörde altı yıllık bir deneyimim var. Haziran 2021’de de Redington Türkiye ekibine katıldım ve Kanal Satış Yöneticisi olarak PTC markasının sorumluluğunu üstlendim. PTC, tek yetkili distribütör olarak hizmet verdiğimiz en eski markalarımızdan biri. Türkiye’deki PTC ofisi teknik anlamda son derece başarılı bir yönetim ekibi barındırıyor. Bu ekibin, ekosistemi ve katma değerli hizmetleriyle öne çıkan güçlü bir distribütör desteğine ihtiyacı var. PTC, alanında öncü ve birçok global marka tarafından tercih ediliyor. Türkiye’de çok köklü iş ortakları olduğu gibi sektöre çok yeni giren iş ortakları da var. Bizim amacımız iş ortağı yelpazesini genişletip çok daha fazla kişiye dokunmalarını sağlamak. Bu doğrultuda pazarlama faaliyetleri de yürütüyoruz. Hayal gücünü destekleyen, yenilikçi ve inovatif bir marka PTC. Plus dergimizde yer alan Evyap Başarı Hikayesi, bu özelliğini anlamamız için iyi bir örnek.

Beyza Hanım, sizin kariyer yolculuğunuz Redington ile nasıl kesişti?

BEYZA GÜNAY: Yaklaşık 11 yıldır BT sektöründeyim ve çoğunlukla distribütör firmalarda görev aldım. Son olarak Dell bünyesinde MENA bölgesinden sorumlu Satış Uzmanı olarak iki yıl kadar çalıştım. 2020 Nisan ayından bu yana da Redington ailesinde, Red Hat ve Okta markalarından sorumlu Kanal Satış Yöneticisiyim.

Sizce başarılı bir kanal satış yöneticisinin en önemli özelliği nedir?

BEYZA GÜNAY: Bir kanal satış yöneticisi olarak marka ile sanki o markanın satış ekibinden biriymiş gibi, iş ortaklarıyla da iş ortağındaki ekipten biriymiş gibi çalışmanın önemli olduğunu düşünüyorum. İlişkileri böyle bir perspektiften yönetebilmek, karşılıklı güveni ve iş başarısını da beraberinde getiriyor. Biz Redington içerisinde

de gerçekten birbirini destekleyen, iyi ilişkiler kurmayı başarmış bir ekibiz. Üstlendiğimiz markalardan bağımsız olarak da birbirimize yardımcı oluyoruz. Bu da başarımızda önemli bir yer tutuyor. Bunlar, katma değerli distribütör kimliğimizi de destekleyen önemli unsurlar.

Üstlendiğiniz markalara yönelik nasıl bir çalışma temponuz var?

BEYZA GÜNAY: Yoğun ve çok hareketli bir tempomuz var. Sorumluluğunu üstlendiğim üç markadan biri olan Red Hat, aynı zamanda bizim grubumuzun amiral gemisi. Red Hat Türkiye ofisi ile oldukça yakın çalışıyoruz. Kalabalık sayılabilecek bir ekipleri var ve onların doğal bir uzantısı gibi hizmet vermeyi önemsiyoruz. Red Hat’ın Türkiye’deki tek distribütörüyüz. Red Hat, bildiğiniz gibi dünyadaki en büyük açık kaynak yazılım geliştirici firması. İşletim sisteminden başlayarak, konteyner geliştirme, yazılım tabanlı depolama, sanallaştırma ve daha pek çok alanda platform ve ürünleri bulunuyor. Çok fazla sayıda iş ortağıyla çalışmıyoruz, adanmış iş ortakları ile ilerliyoruz ve oldukça iyi işleyen bir yapımız var.

Okta markası ailemize yaklaşık bir sene önce katıldı ve 2021 yılı ikinci yarısı itibarıyla de marketing tarafında güzel çalışmalar yapmaya başladık. Okta, dünyanın en güvenli ve en çok tercih edilen kimlik yönetim platformu. Sorunsuz entegrasyonu hedefliyor ve günümüzün heterojen çalışma ortamının gerektirdiği güvenli kimlik sorgulama altyapısını sağlıyor. Okta ile hem çalışanlarınız hem müşterileriniz dijital sisteminize lokasyon ya da ağ sınırı olmaksızın güvenilir şekilde tek elden erişim sağlayabiliyor. Okta’nın Türkiye’de bir ofisi yok ama kendisi İngiltere’de konumlanmış olan, Türkiye ve İsrail’den sorumlu bir arkadaşımız katıldı aramıza. Onunla birlikte Okta markası için motivasyonumuz da yükseldi. Bir taraftan yeni iş ortakları oluştururken, bir taraftan da müşteriler bize ulaşmaya başladı.

BORA İNCİR: Ben bu noktada hemen bir ekleme yapmak isterim. Okta bizim Bulut tarafında yer alan ve çok yüksek potansiyel taşıdığına inandığımız, parlamasını beklediğimiz markalarımızdan biri. Yurtdışında girdiğiniz birçok sitede, arka alanda kimlik yönetimi için Okta'nın kullanıldığını görebilirsiniz. Okta bize ilk geldiğinde, markayı çok fazla tanıımıyorduk. Araştırdıkça Türkiye'de çok büyük bir potansiyeli olduğunu ve müşteriler tarafından tanındığını gördük. Yüzde 100 Cloud olması regülasyonlardan dolayı bazı sektörlerde girişini zorlayacaktır ama bir çok sektörde de yıldızı parlayacaktır. Bağımsız araştırma raporlarında hep sağ üst köşede yer alan Okta'nın iş ortağı sayısının hızla artmasını bekliyoruz.

Suna Hanım, siz de ekibe 2021'de katılanlardansınız. Siz de kendinizden ve Redington ile nasıl buluştuğunuzdan ve üstlendiğiniz markalardan söz eder misiniz?

SUNA SERCAN: 2000-2007 yılları arasında Arkadaş Yayıncılık bünyesindeki Microsoft Authorized Applicator bünyesinde çalıştım. Microsoft yazılımlarının çoğaltılması ve satışından sorumlu bir yapıydı. Dünyada bu alanda yetkilendirilmiş 20-30 firmadan biriydi. Yedi yıl kadar bu işte Ankara'da görev aldım. Daha sonra İstanbul'da BT sektöründe distribütör deneyimim oldu. Bir dönem, çocuklar için bir spor ve aktivite merkezi açtım ve kendi işimi kurmayı denedim. Çok da keyif aldığım bir işti ama pandemi şartlarında çok uzun dayanamadım ve devrettim. Redington ile bu dönemde kesişti yollarımız ve geçtiğimiz Nisan ayında ekibe katıldım. BT sektörüne yeniden dönmekten çok mutluyum. Son derece motive çalışan, birbirine destek olan bir ekip içerisinde olmak beni çok hızlı bir şekilde sorumlu olduğum markaları öğrenmeye ve onlar için verimli bir şekilde çalışmaya yöneltti. Trend Micro, Ivanti ve Versa Networks markalarının Kanal Satış Yöneticisiyim.

Önce Trend Micro hakkında bilgi alabilir miyiz sizden?

SUNA SERCAN: Trend Micro dünyanın en bilinen lider antivirüs yazılım geliştiricilerinden biri. Donanım tarafı da var ama ağırlıklı olarak yazılım satışı yapılıyor. Evlerimizden büyük şirketlere kadar her yerde kullanılıyor. Dünyada 500 binden fazla şirkette kullanıldığı biliniyor, hızla da yayılmaya devam ediyor. Trend Micro'nun güzel tarafı tamamen güvenlik odaklı bir şirket olması. Son kullanıcıdan ağlara, hibrit Cloud çözümlerinden IoT çözümlerine kadar güvenlik tarafında akla gelebilecek her türlü çözüme sahipler. Pandemi döneminde olması işi zorlaştırsa da iş ortaklarıyla bu süreçte tanışıyorum. Çok geniş bir iş ortağı ve kullanıcı ağına sahip. Türkiye'de üç tane distribütörü bulunuyor ve Redington Türkiye olarak iyi bir paya sahip olsak da satış geliştirmeye yönelik güçlü etkinlikler ve yoğun çalışmalarla bu payı artırmayı, daha çok projede yer almayı hedefliyoruz. Redington Türkiye, aynı zamanda Türkiye'de Trend Micro eğitimi verebilen ve sertifika vermeye yetkisi olan tek eğitim merkezi. Teknik donanımımız ve insan kaynağımız sayesinde, Trend Micro için çok ciddi bir katma değer sağlıyoruz.

BORA İNCİR: Suna, her ne kadar sektörden uzak kalmış olsa da çok güçlü bir motivasyonla geldi ve tabiri caiz ise hemen de kolları sıvayıp işe başladı. Aslında ona en zorlayıcı markalarımızı verdik. Trend Micro farklı distribütörlerle çalıştığı için kendi farklılığını ortaya koymamızı gerektiren bir marka. Üç distribütör marketi aşağı yukarı eşit olarak paylaşıyorlar. Yeni müşteriler kazanarak kendi payımızı artırmayı hedefliyoruz. Bunun için de öncelikle Trend Micro ile ilişkilerimizi geliştiriyoruz. Suna'nın söz ettiği Yetkili Eğitim Merkezi Sertifikamızı bu yıl aldık. Bu alanda tek olmamız ortaya koydu.

Beyza Hanım, diğer markanız Ivanti'yi biz daha önce Mobile Iron olarak biliyoruz. Bu değişimin sizin tarafınızda nasıl etkileri oldu?

BEYZA GÜNAY: Mobile Iron, ailemize 2018 yılında katılmış bir markaydı. 2020 yılının sonunda, mobil odaklı, sıfır-güven mimarisine dayanan güvenlik çözümleri ile tanınan Mobile Iron'ı ve güvenli erişim çözümleri ile öne çıkan Pulse Secure'ü satın alan Ivanti, bu gelişmeyle birlikte Birleşik Uç Nokta Yönetimi, Sıfır Güven Mimarisi ve BT Servis Yönetimi alanlarında küresel pazar liderliğini pekiştirmiş oldu. Ivanti, global çapta Redington ile zaten çalışan bir marka idi. Türkiye'de de tek distribütör olarak Redington ile çalışmaya devam ederek tüm ürünleriyle portföyümüze katıldı. Şöyle de bir bilgi paylaşayım, Fortune 100 sıralamasında en büyük 100 şirketin 78'i Ivanti çözümlerini kullanıyor. Özellikle evden çalışma ve sonrasında yaşanacak hibrit dönemde Mobil Cihaz Yönetimine talep çok arttı ve bu süreçte Mobile Iron ile çok güzel işler yaptık. Ivanti ve Pulse Secure ürünleriyle de en kısa sürede güzel satış hacimleri yakalayacağımıza eminim.

BORA İNCİR: Mobile Iron ile sadece Mobil Cihaz Yönetimi taleplerini karşılarken, Ivanti ile birlikte ürün portföyü oldukça genişledi. Böylece uç kullanıcı, yani client tarafındaki tüm ihtiyaçları karşılayabilir hale geldik. Bu gelişme, BT departmanları ve iş ortaklarımız için de erişim, kullanım ve yönetim kolaylığı sağladı.

Versa Networks tarafında nasıl bir çalışma yürütüyorsunuz?

SUNA SERCAN: Versa Networks internet güvenliği tarafında çok niş bir çözüm sunuyor. Daha çok telekom ve finans sektörlerinde, kamu tarafında bakanlıklarda kullanılan, çok özel bir SD-WAN çözümü. Yılda birkaç proje yürüterek oldukça ciddi hacimlere ulaşan bir marka.

Alanında yine teknik açıdan yenilikçi ve lider markalardan biri.

Neslihan Hanım sizi de tanıyabilir miyiz? Siz Satış Destek Uzmanı olarak ekibin yanındasınız. Redington Türkiye'de çalışmaya ne zaman başladınız?

NESLİHAN KONYA: Redington Türkiye öncesinde de yine bir BT distribütör firmada ürün sorumlusuydum. 2021 yılı başında Satış Destek Uzmanı olarak Redington Türkiye ekibine katıldım. Ekip arkadaşlarımla sorumlu oldukları markaların arka planda devam eden operasyon süreçlerini yönetiyorum, onlarla birlikte çalışıyorum. Müşteriden sipariş geldikten sonra yurtdışı takımı ile gerekli iletişimi kurmak, siparişlerin geçilmesini sağlamak, takipleri yapmak benim sorumluluğumda.

Bora Bey, siz bu görüşmenin sonunda neler eklemek istersiniz?

BORA İNCİR: Arkadaşlarımla da belirttiği gibi iş birliği ile çalışan, birbirine destek olan, motivasyonu yüksek bir ekiple çalışmaktan büyük mutluluk duyuyorum. Herkes işini severek yapıyor. Markalarla, iş ortakları ve müşterilerle çok iyi bir iletişim kurulmuş durumda. Amacımız, aramıza katılacak yeni markalar ve yeni arkadaşlarımızla birlikte daha da büyümek. Örneğin Bunlardan KissFlow ve Micro Strategy markaları ailemize çok yeni katıldılar. Şu anda bu markalarla da ekip olarak hep birlikte ilgileniyoruz ve hızla aksiyon almayı hedefliyoruz. Tüm ekosistemimizle birlikte kazanmayı, gelişmeyi, büyümeyi hedefleyen stratejiler geliştiriyoruz ve bunları uygulamaya koyuyoruz. Tek tek markalarımıza odaklanarak, onlara özel çözümler geliştirerek ilerliyoruz. Bu yaklaşımımızın başarılı sonuçlarını da markalarımız ve ekosistemimizle birlikte elde edeceğimize inanıyoruz.

Profesyonel Hizmetler ve Redington Academy



Redington Türkiye, teknik danışmanlık ve eğitimler konusunda köklü ve derin bir uzmanlığa sahip olan ekibini, "Profesyonel Hizmetler Birimi" çatısı altında konumlandırdı. Redington ekosisteminin danışmanlık ihtiyaçlarına yanıt veren ekip ayrıca, Redington Akademi çatısı altında teknoloji sektörünün en çok ihtiyaç duyduğu konularda eğitim programları ve öğrenciler için Yaz Okulu programları da düzenliyor.



"Bütün markalarımız için iş ortaklarımıza, yazılımcılara, müşterilerimizdeki farklı kullanıcı gruplarına hizmet verebilecek kapasite ve uzmanlığa sahip olmaktan gurur duyuyoruz"

TİMUR YALÇIN

Profesyonel Hizmetler Müdürü
Redington Türkiye

LinkPlus döneminden gelen 25 yılı aşkın distribütörlük ve teknik danışmanlık deneyimini yanına alan Redington Türkiye, derin bir uzmanlığa sahip olan teknik ekibini Profesyonel Hizmetler Birimi altında topladı. Profesyonel Hizmetler Müdürü Timur Yalçın'ın liderliğinde, Redington ekosisteminin danışmanlık ihtiyaçlarına yanıt veren ekip, sahip olduğu bilgi birikimini Redington Blog yazılarıyla ve Redington Akademi eğitimleriyle de paylaşıma sunuyor.

UZMANLIK VE DENEYİM BU ÇATI ALTINDA

Redington Türkiye Profesyonel Hizmetler Müdürü Timur Yalçın, sektördeki en deneyimli isimlerden biri. 1992 yılında iş hayatına başlayan Yalçın, farklı global teknoloji şirketlerinin ürünlerinde ve özellikle ağ ve siber güvenlik konularında teknik uzmanlık geliştirdi, danışmanlık ve eğitim verdi. 2007 yılında LinkPlus ailesine katılan ve bu süreçte Oracle teknolojileri üzerine uzmanlaşan Yalçın, ekibiyle birlikte uzun yıllar iş ortaklarına ve müşterilerine danışmanlık ve teknik destek hizmetleri verdi.

2015 yılında gerçekleşen Redington satın alması, marka sayısının artmasını, mevcut uzmanlığın söz konusu markaların ürünleri üzerinden genişlemesini ve zenginleşmesini sağladı.

2021 yılında hayata geçirilen atılımlar kapsamında ise Profesyonel Hizmetler Birimi kuruldu ve Redington Türkiye bünyesindeki tüm teknik personel, Timur Yalçın yönetiminde bu çatının altında toplandı.

Profesyonel Hizmetler ekibi, iş ortaklarındaki geliştiricilere, satış destek ekiplerine, büyük kurumsal yapılardan KOBİ'lere uzanan bir yelpazede yer alan teknik personele, son kullanıcılara, karar vericilere eğitim ve danışmanlık hizmetleri veriyor. Eğitim verilen kesimin ihtiyacına yönelik, farklı düzeylerde eğitim programları düzenleniyor.

Profesyonel Hizmetler ekibi, 2021 Ekim ayı itibarıyla hepsi uzmanlaştığı alanlarda en yüksek sertifikalara sahip olan toplam 10 kişiden oluşuyor.

Timur Yalçın, "Bütün markalarımız için iş ortaklarımıza, yazılımcılara, müşterilerimizdeki farklı kullanıcı gruplarına

hizmet verebilecek kapasite ve uzmanlığa sahip olmaktan gurur duyuyoruz" diyor.

REDINGTON AKADEMİ VE YAZ OKULU

Redington Akademi, "Profesyonel Hizmetler", "İnsan Kaynakları" ve "Pazarlama ve İletişim" birimlerinin ortak çalışmasıyla bu yıl hayata geçirildi. Redington Akademi, kendi ekosistemindeki mevcut insan kaynağının teknik eğitim ihtiyaçlarına destek olurken, sektöre yeni insan kaynağı yaratılmasında da rol oynamayı hedefliyor.

Birincil hedefi Redington Türkiye'nin distribütörlüğünü üstlendiği markaların çözüm ve teknolojilerine yönelik eğitim programları düzenlemek olan Redington Akademi'nin, öğrencileri hedef alan ücretsiz Yaz Okulu programları da bulunuyor.

Pazarlama ve İletişim Yöneticisi Billur İşcan, Redington Türkiye olarak Yaz Okulu programlarını kurumsal sosyal sorumluluklarından biri olarak gördüklerini şu sözlerle vurguluyor: "Üniversitelerin mühendislik bölümlerinin son sınıfında okuyan ve BT sektöründe çalışmayı hedefleyen öğrenciler için teorik bilgilerini pratiğe dökebilecekleri bir eğitim ortamı sunuyoruz. Seçerek aldığımız bu öğrencilerin sektöre insan kaynağı olarak kazandırılmasına destek olmak, Redington Türkiye olarak kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde ele aldığımız bir konu."

Redington Türkiye İnsan Kaynakları Müdürü Sinem Afacan ise Yaz Okuluna verdikleri önemi şu sözlerle aktarıyor: "Yaz Okulu her yıl düzenlemeyi planladığımız çok heyecan verici bir proje. Üniversite öğrencilerini Redington ile Yaz Okulu'nda tanıştırmayı hedefliyoruz. Bu aynı zamanda onların bilişim sektörüyle buluşması anlamına da geliyor.

İnsan Kaynakları Birimi olarak, projenin bizim alanımızla ilgili süreçlerini yönetiyoruz. Üniversitelerle iletişim, öğrencilerin seçilmesi, kayıt, eğitimlerin organizasyonu, uygun görülen öğrencilerin staj ve işe alınması gibi süreçler, birimizin sorumluluğunda."

Yaz Okulu'ndan başarılı bir şekilde mezun olanlara, almış oldukları eğitimlere özel sertifikalar veriliyor. Redington Akademi sertifikasına sahip olan genç mezunlara staj ve iş fırsatları sunulması da hedefleniyor.

Özellikle 2020 yılından bu yana Redington Türkiye'nin iş hacmi hızla büyüyor. Gerek uzman gerek idari kadronun genişlemesi anlamına geliyor. Sektörde deneyimi, bilgi birikimi olan kişileri bünyesinde barındıran Redington, geleceğe de yatırım yapmayı ve yarının uzmanlarını temelden alarak yetiştirmeyi hedefliyor. Yaz Okulu'nun, bu hedefe giden yolda önemli bir rol oynaması bekleniyor.

EĞİTİMLERİN KAPSAMI GENİŞLETİLECEK

Pazarlama ve İletişim Yöneticisi Billur İşcan, Redington Akademi eğitimlerinin kapsamını genişletmeyi planladıklarını belirtiyor. İşcan, "Redington Akademi eğitimlerini, teknik eğitimlerin dışına da çıkarak genişletmek arzusundayız. Tüm ekosistemimizin satış ve pazarlama tarafında da kaliteli insan kaynağına ihtiyacı var. Bilişim sektörünün kendine has dinamiklerinden yola çıkan bir satış ve pazarlama yaklaşımını kapsayan eğitimlerle bu alandaki ihtiyaca cevap vermeyi istiyoruz. Bu eğitimler için kanal satış tarafındaki iş birimi yöneticilerimizle bir araya gelerek fikir üretmeye başladık. Elbette, bu alanda da sosyal sorumluluk bilinciyle hareket etmeyi hedefliyoruz" diyor.



Redington Türkiye Teknik ve Profesyonel Hizmetler biriminin, alanında uzmanlaşmış teknik ekibi, Redington Akademi bünyesinde düzenlenen Yaz Okulu'nda da eğitmen olarak bilgi birikimlerini paylaşıyorlar. Eğitimi verilen konu başlıkları arasında sektörün en çok ihtiyaç duyduğu teknolojiler yer alıyor. 2021'de gerçekleştirilmiş olan ilk Yaz Okulu'nun eğitmenleri ve ders konuları aşağıda yer alıyor.

KENAN KARAKOÇ

Veritas ve Hitachi Ürünleri Uzmanı

Eğitim Konuları: "Network Sistemlerinin Temelleri", "Sunucu ve Depolama donanımlarının Temelleri", "Yedeklemenin Önemi"

CANER KORKMAZ

RedHat Ürünleri, Linux İşletim Sistemi, Kubernetes ve Container Teknolojileri Uzmanı

Eğitim Konuları: "Linux İşletim Sistemi", "Sanallaştırma", "Container Mimarisi"

FAHRETTİN ÇANLI

RedHat ve Tableau Ürünleri Uzmanı

Eğitim Konuları: "Veri Analitiği ve Raporlama"

ATAKAN ÖZTUNA

Splunk ve Corelight Ürünleri Uzmanı

Eğitim Konuları: "Veri Analitiği ve Monitoring"

ÖZGÜR BEKAROĞLU

Okta, Splunk, Corelight Ürünleri Uzmanı

Eğitim Konuları: "Kimlik Yönetimi ve Cyber Güvenliğe Giriş"

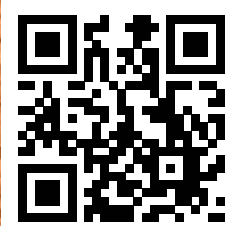
DOĞAN CAN KILMENT

Trend Micro, Ivanti, Mobillron Ürünleri Uzmanı

Eğitim Konuları: "Son Kullanıcı, Bulut, E-mail, Ağ ve Mobil Güvenliği"



WEB SİTEMİZ YENİLENDİ



İncelemek için
qr kodu okutun.