Redington

plus

2021 + SAYI 66

Kapak Konusu

Yerel Tecrübemizi
Global Vizyonla Harmanladık

Redington Türkiye Olduk

2021'de Yenilikçi
Teknolojilerimizle
Öne Çıktık

Global Markalarımızın
Sayısı 16'ya Ulaştı

Başarı Hikayeleri

LC Waikiki, Hitachi
All-Flash Solutions
ile Büyüyor

PTC'nin ThingWorx IIoT
Çözümü ile Evyap'ta Endüstri
4.0 Çağı Başladı

Kredi Kayıt Bürosu
Kurumsal Performansını
Splunk ile Takip Ediyor

corelight DIAMANTI ivanti HITACHI Inspire the Next kissflow MicroStrategy
okta ptc Red Hat splunk> SUPERMICRO TREND MICRO VERITAS VERSA NETWORKS

plus

Yönetim Yeri
Redington Turkey Teknoloji A.Ş.
Kısıklı Mah. Hanımseti Sok.
No: 46, 34692 Üsküdar / İstanbul
+90 216 316 50 50
www.redington.com.tr

Yayın Kurulu
Cem BORHAN
Billur İŞCAN
Gamze ERZEN

İçerik Yönetmeni
Özlem ÖZKAN

Grafik Tasarım
Gülistan ŞENOL

Fotoğraflar
Dolunay KAZDAL

Üretim Koordinatörü
Metin SÖZÜER

Baskı
Balaban Basım & Ambalaj A.Ş.
+90 216 523 24 24

Yayına Hazırlayan
Terminal Medya
Sun Plaza Bilim Sk. No: 5 Kat: 13
Maslak / İstanbul
0532 643 6959
info@terminaliletisim.com.tr

Plus, Redington Turkey Teknoloji A.Ş.'nin
Yerel Süreli Yayınıdır.

ARALIK 2021 • SAYI: 66

İÇİNDEKİLER

REDINGTON TR
Supermicro: Redington Ailesinin Yeni Üyesi 6
Silikon Vadisi'nin BT Alt Yapı ve Kubernetes
Uzmanı Diamanti'yi Marka Portföyümüze Ekledik 8
Uzaktan Çalışma Güvenliği, Redington ve Ivanti İş Birliğine Emanet 10
Bulut Pazarında Bir Öncü: Kissflow 11
Redington Türkiye'den Bir İlk: KOBİ'ler İçin
Tak-Çalıştır Fidye Yazılım Çözümü SafeHouse 12

KAPAK KONUSU
Yerel Tecrübemizi Global Vizyonla Harmanladık Redington Türkiye Olduk 16
"2021'de Yenilikçi Teknolojilerimizle Öne Çıktık" 18
"Türkiye'nin Start-Up'ları Redington Ekosisteminde Büyüyecek" 24
Yenilikçilik DNA'mızda Var! 30
Redington Türkiye Ofisi Yenilendi 32
Operasyonel Pazarlamadan Stratejik Pazarlamaya Doğru 34
Dijital Yüzümüz Yenilendi 38
"Yenilikçi Fikirleri Aksiyona Dönüştürerek Büyüyoruz" 40
"Markalarımıza Odaklanarak Her Birine Özel Stratejiler Geliştiriyoruz" 44
Profesyonel Hizmetler ve Redington Akademi 50
Lokal ve Küresel Liderlikle Uyumlu İnsan Kaynağı Yönetimi 52

DIAMANTI
Kubernetes Dünyasının Parlayan Yıldızı: Diamanti 56

HITACHI VANTARA
LC Waikiki, Hitachi All-Flash Solutions ile Büyüyor 60
"Redington Türkiye, Faaliyetlerimizde Merkezi Bir Rol Üstleniyor" 64

OKTA
Okta ile İş Birliği Genişliyor 70

PTC
PTC'nin ThingWorx IIoT Çözümü ile Evyap'ta Endüstri 4.0 Çağı Başladı 72
PTC Türk Endüstrisinin Gelişiminde Kritik Bir Rol Üstleniyor 80

SUPERMICRO
Veri Merkezlerinin En Çok Tercih Ettiği Marka Olmayı Hedefliyoruz 86

SPLUNK
Kredi Kayıt Bürosu Kurumsal Performansını Splunk ile Takip Ediyor 90
"Güçlü Bir Distribütörün Varlığı Pazarın Büyümesine de Katkıda Bulunuyor" 98

TREND MICRO
Güvenlik Çözümlerimiz Tüm Kategorilerde Talep Görüyor 102
Uzaktan Çalışmanın Riskleri 104
Trend Micro'dan En Kapsamlı XDR Platformu 107

VERITAS
Fidye Yazılımlara Karşı Korunuyor musunuz? 110

ETKİNLİKLER
Trend Micro İş Ortağı Buluşması 112
Kamu Sektörünün Teknolojik İhtiyaçlarına Yönelik
Bütünleşik Çözümler ve Yeni Yaklaşımlar Sunuyoruz 113
Okta Müşterileri ve İş Ortakları Buluşması 114

Redington Türkiye ile

BİLGİ TEKNOLOJİLERİNDE

Büyük Dönüşüm

Bilgi teknolojileri alanında yıllardır büyük şirketlerle iş ortağı olan ve katma değerli distribütörlük sunan LinkPlus, artık Redington Türkiye olarak çok daha deneyimli global bir oyuncu olarak sahaya çıkıyor.

Redington, global vizyonunu Türkiye pazarına taşıyor ve bilgi teknolojileri alanında büyük bir dönüşüm gerçekleşiyor.

Redington

Bilişim ekosisteminin birleştirici gücünü yakından tanımak için,
redington.com.tr • 0216 316 50 50

GÜNDEM

CEM BORHAN Genel Müdür

Teknoloji ve Göklerdeki Gelecek

Hepimizin çocuk yaşta tanıdığı, "Bilim Kurgunun Babası" Jules Verne, 19'uncu yüzyılda yazdıklarıyla, 21'inci yüzyılın teknolojik gelişmelerine yön vermiş bir isim. Muhteşem hayal gücü, onu modern çağın ilk ve en önemli fütüristi olarak karşımıza çıkarıyor. Örneğin, ilk olarak 1962 yılında yayınlanan Jetgiller'in yaratıcıları W. Hanna ve J. Barbara, Jules Verne'in kendilerinden bir asır önce romanlarına konu ettiği aeromobile'dan ilham aldıklarını belirtiyorlar. Elbette, 175 yıllık bir geçmişe dayanan Jules Verne romanlarını Z kuşağının fütüristik bulması artık imkânsız. Yazarın hayali icatlarının neredeyse tamamı hayata geçirildi. Son olarak aeromobile da "hava taksi", "uçan otomobil" gibi isimlerle haberleri sık sık işgal ediyor. İnsan taşıyan, son derece gelişmiş bu drone'ların, 2025 yılında pilot bölgelerde hayatımıza girmesi bekleniyor. Üstelik, elektrikle çalışan bu araçlar, bizlere daha "temiz" bir gelecek vadediyor.

Peki uçan otomobilleri kitlesel talebe uygun bir ürün haline getiren ve bizleri göklerdeki bu yeni geleceğe hazırlayan en önemli unsur nedir? Bu sorunun cevabını, "yenilikçi teknolojilerin, bilime, sanayiye ve üretime yansıması" olarak özetleyebiliriz.

Son iki yılda tüm dünyayı etkisi altına alan pandemi, yenilikçi teknolojilerde ciddi bir sıçrama yarattı. Yapay Zekâ, Veri Analitiği, Büyük Veri, Nesnelerin İnterneti (IoT), Artırılmış Gerçeklik, 5G, Blokzincir, Robotik Süreç Otomasyonu, Bulut, Siber Güvenlik, Derin Öğrenme gibi teknolojilerde yaşanan gelişmeler, "yıkıcı" inovasyonları da beraberinde getiriyor. Çünkü bu teknolojiler, aklınıza gelebilecek tüm mühendislik disiplinlerinin eşsiz bir uyumla birlikte çalışmasına, mükemmel bütünleşik sistemlerin tasarlanmasına ve ürüne dönüşmesine hizmet ediyor. Örneğin, Türk mühendislerin İstanbul'da kurduğu start-up Maxwell Innovations'ın geliştirdiği bir drone, üzerine entegre edilmiş teknoloji ve yazılımlar sayesinde Antarktika'da bir araştırma için kullanılırken, şirketin hava-taksi projesi de tamamlanmak üzere. Yine Türkiye merkezli bir start-up olan AirCar, yenilikçi teknolojileri kullanarak Silikon Vadisi'nde uçan araç prototipleri geliştiriyor.

Biz de Redington Türkiye olarak, teknoloji ithalatını, çözümlerimizle ihracata dönüştürebilmek istiyoruz. Bu amaçla, ekosistemimizin ve Türk yazılım mühendisliğinin yanında yer alarak, Türkiye'nin Start-Up ve Scale-Up'larının Redington ekosisteminde büyümesini sağlayacak ortamı yaratıyoruz. Bu doğrultuda, temsilcisi olduğumuz markaların sözünü ettiğim yenilikçi/yıkıcı teknolojilerini, ürünlerini, ekosistemimizdeki Türk yazılım mühendisliğinin gücü ve çözüm geliştirme yetkinliği ile buluşturuyoruz. Böylece, "unicorn" firmaların oluşmasına vesile olmayı hedefliyoruz.

Evet, gelecek her zaman olduğu gibi göklerde görünüyor. Markalarımızla ve iş ortaklarımızla birlikte, sınır tanımadığımızın bir ifadesi olarak biz de "the sky is the limit" diyoruz.

2022'nin tüm iş ortaklarımız ve müşterilerimizle birlikte, hedeflerimize ulaştığımız, verimli bir yıl olmasını dilerim.

Saygılarımla,

SUPERMICRO: Redington Ailesinin Yeni Üyesi

Yüksek verimli sunucu ve depolama teknolojileri alanında dünyanın öncü markası Supermicro'nun tüm ürün ve çözümlerinin dağıtımını Redington Türkiye üstlendi.

Redington Türkiye ve Supermicro arasında hayata geçirilen anlaşma dahilinde, 2021 yılından itibaren, Supermicro'nun portföyünde yer alan sunucular, depolama sistemleri, iş istasyonları ve ağ ürünleri dahil olmak üzere tüm çözümlerinin dağıtımını Redington Türkiye üstlendi. Supermicro, kapsamlı ürün portföyü, müşterilerin ihtiyaçlarına yönelik çözüm tasarlayabilme kabiliyeti ve Çevreci BT (Green IT) ürünleri ile Türkiye pazarında fark yaratmak üzere çalışmalarını hızlandırırken, Redington Türkiye'nin desteğini de yanına almış bulunuyor. Supermicro ile imzalanan distribütörlük anlaşmasıyla birlikte Redington Türkiye, geniş dağıtım ağı üzerinden Supermicro'nun yenilikçi çözümlerini Türkiye'nin en uç noktalarında bulunan kullanıcılara ulaştırmayı hedefliyor.

ÇEVRECİ BT ÇÖZÜMLERİ

Son dönemde enerji maliyetlerinin artması, donanımların çalıştırılması ve soğutulmasıyla ilgili maliyetlerin artmasıyla birlikte yüksek performanslı, uygun maliyetli ve enerji tüketimi açısından verimliliği yüksek Çevreci BT çözümleri büyük önem kazanıyor ve talep her geçen gün artıyor. Çevreci BT çözümlerinde lider şirketlerden olan Supermicro, Kaynak Tasarrufu Mimarisi (Resource Saving Architecture) ile toplam satın alma maliyetlerinde avantaj sağlıyor. ABD, Tayvan ve Hollanda'da olmak üzere üç farklı noktada üretim tesisi bulunan Supermicro, esnek üretim hattı ile müşterilere özel çözümleri hızla üretebiliyor ve dünyanın her köşesindeki müşterilerine çok hızlı bir şekilde teslim edebiliyor.

REDINGTON AİLESİNE HOŞ GELDİN SUPERMICRO

Bilişim ekosisteminde katma değerli distribütörlük hizmeti sunan Redington Türkiye, müşterilerine optimize edilmiş sunucu, iş istasyonu, blade, depolama, GPU sistemleri sağlayan ve Green IT alanında lider olan Supermicro'yu şirketlerle buluşturuyor. Geniş ürün portföyü, ihtiyaca yönelik opsiyonel hizmetleri ile Supermicro'nun inovatif çözümleri Redington iş birliği sayesinde müşterileriyle bir araya gelerek kullanıcılarına yüksek performanslı, uygun maliyetli ve enerji verimliliği yüksek hizmetler sunacak.

Bilişim ekosisteminin birleştirici gücünü yakından tanımak için,
redington.com.tr • 0216 316 50 50

Silikon Vadisi'nin BT Alt Yapı ve Kubernetes Uzmanı Diamanti'yi Marka Portföyümüze Ekledik

Redington Türkiye, ABD merkezli BT altyapı cihazları üreticisi ve kurumsal Kubernetes platform sağlayıcısı Diamanti markasını da portföyüne ekledi. Redington Türkiye, kullanıcılarına yeni bir anlayış kazandırmayı vadeden Diamanti çözümlerine yönelik faaliyetlerini hızla sürdürüyor.

Redington Türkiye, San Jose, Kaliforniya merkezli teknoloji şirketi Diamanti ile 2021 yılı başında yaptığı iş ortaklığı anlaşması sonrasında, Diamanti çözümlerini de katma değerli ürünleri arasına ekledi.

İlk altı aylık dönemde markaya yönelik yapılanmasını oluşturan Redington Türkiye, kullanıcılarına yeni bir anlayış kazandırmayı vaat eden Diamanti çözümlerine yönelik faaliyetlerini hızla sürdürüyor.

Redington Türkiye Genel Müdürü Cem Borhan Diamanti gibi yenilikçi bir marka ile çalışmaktan duydukları memnuniyeti şu sözlerle aktarıyor: "Diamanti ile çalışmalarımızı iş birliği noktasına getirmekten dolayı son derece mutluyuz. Redington Türkiye olarak katma değerli distribütör anlayışımızla, son derece beğenilen bir markayla çalışıyoruz ve tüm markalarımızda olduğu gibi ürün ve çözümlerini geniş kanal ağımız sayesinde tüm Türkiye'ye sunuyoruz. Ürün portföyümüz, kurumların buluta geçiş teknolojilerinin kurulumunu ve yönetimini hızlandıran, maliyetlerinin kontrolünde yenilikçi bir yaklaşım getiren Diamanti çözümleriyle farklılaşmasını sürdürüyor. Bu iş birliği, Kubernetes'teki uygulamaların geleceği için de fayda yaratıyor."

Diamanti EMEA Başkan Yardımcısı Erikjan Franssen ise, "Redington Türkiye ile çalışmalarımızı sürdürmekten son derece memnunuz. Ekibinin yetkinliği ve bölgesel kapsamı, Türkiye ile ilgili hedef ve beklentilerimizle birebir örtüşüyor. Oyunu değiştiren özellikteki platformumuz, sadece IO performansını artırmakla kalmıyor, kolaylık, verimlilik ve organizasyonların ihtiyaç duyduğu kurumsal özellikleri de sunuyor. Halihazırda çok sayıda müşterimizin ve potansiyel müşterilerimizin Diamanti'nin gelişmiş Kubernetes platformunun yanı sıra, Redington Türkiye'nin bölgesel uzmanlığından ve yetkinliğinden de faydalanacak olmasından son derece memnunuz" diyor.

Diamanti çözümü, 'offload' özellikleri sayesinde, ağda ve depolama birimlerinde yaratılan verileri donanıma aktararak performansı iyileştiriyor. Standart bir şekilde sisteme eklenen donanım performans sunucularını hızlandırırken, hacker saldırılarını önemli ölçüde engelleyerek güvenliğe de katkı sağlıyor. Ayrıca, beklenmeyen bir siber saldırı ya da sistem çökmesi durumunda da veri ulaşılabilirliğini garanti ediyor.

Diamanti'nin uygulaması, kurumların altyapı ayak izini azaltırken, durumsal (stateful) uygulamalara benzersiz bir hız sağlayan 1.000.000 IOPS'lik konteynerlerdeki yazılım uygulamalarını hazırlayıp dağıtmalarını kolaylaştırıyor.

Ayrıca, Red Hat'in Kubernetes için konteyner geliştirme aracını ve platformunu azami performans ve ölçeklenebilirlikte, etkin biçimde operasyonel olarak konuşlandırılabilmesini sağlıyor.

Bu yenilikçi çözüm ile Kubernetes kullanıcılarına birkaç saat içerisinde bir altyapı sunularak, inovasyonları hızlı gerçekleştirme ve rekabetçi avantajlar elde etme olanağı veriliyor.

DIAMANTI HAKKINDA

Diamanti, modern uygulamalar için amaca yönelik oluşturulan altyapılar sağlar. Diamanti platformu, I/O için optimize edilmiş patentli mimarisi ile entegre ve dönüşümsel uygulama performansı sunan ilk ve tek Kubernetes çözümüdür. Kubernetes, Diamanti ile kuruluşların şirket içi ve hibrit bulut altyapısında modern uygulamaları dağıtmaya odaklanmasını sağlayan kullanıma hazır bir çözüm haline gelmektedir. San Jose, Kaliforniya merkezli Diamanti, ClearSky, CRV, Engineering Capital, Goldman Sachs, GSR Ventures, Northgate Capital, Threshold Ventures (eski adıyla DFJ Venture) ve Translink Capital gibi girişim sermayesi şirketleri tarafından desteklenmektedir.

ERIKJAN FRANSSEN
EMEA Başkan Yardımcısı
Diamanti

> **"Halihazırda çok sayıda mevcut ve potansiyel müşterimizin Diamanti'nin gelişmiş Kubernetes platformunun yanı sıra, Redington Türkiye'nin bölgesel uzmanlığından ve yetkinliğinden de faydalanacak olmasından son derece memnunuz."**

Uzaktan Çalışma Güvenliği, Redington ve Ivanti İş Birliğine Emanet

GLOBAL LİDERLİK

Güvenlik çözümleri pazarı, pandeminin de hızlandırdığı dijital dönüşüm süreci ile birlikte yeni iş birliklerine ve stratejik atılımlara sahne oluyor. Oldukça ses getiren atılımlardan birini de alanında önde gelen teknoloji şirketlerinden olan ABD merkezli BT altyapı ve güvenlik çözümleri üreticisi Ivanti gerçekleştirdi. Yine ABD şirketleri olan, 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.

TÜM IVANTI ÜRÜNLERİ

Mobile Iron'ın Türkiye yetkili dağıtıcılığını 2018 yılından bu yana Redington Türkiye sürdürüyor. Mobile Iron ve Redington Türkiye arasındaki 2020 yılı sonuna kadar geçerli olan ve markanın MDM çözümlerini kapsayan distribütörlük anlaşması, Ivanti'nin Mobile Iron markasını satın alması sonrasında tüm Ivanti çözümlerinin Redington Türkiye'nin ürün yelpazesine eklenmesiyle sonuçlandı.

BÜYÜK FIRSATLAR İÇİN DAHA REKABETÇİ YAKLAŞIM

Redington Türkiye Genel Müdürü Cem Borhan, "Redington'un uluslararası tecrübesi ve geniş partner ağı ile Ivanti'nin uzmanlığını ispatlamış ürün yelpazesinin bir araya gelmesi, inanıyoruz ki büyük fırsatlara daha rekabetçi bir şekilde yanıt verilebilmesini sağlayacaktır. Redington Türkiye'nin güvenilir ve kurumsal yaklaşımıyla Ivanti kalitesinin birleşmesi, siber güvenlik alanında iş ortaklarımızın en önemli partneri olma yolunda attığımız önemli adımlarımızdan biridir. Bu anlaşma aynı zamanda, sektördeki rolümüzü bilinen distribütör anlayışından çıkarıp, sadece tedarik ve finansal olarak değil, teknik olarak da iş ortaklarımızın yanında olduğumuz katma değerli distribütörlük anlayışımızın güzel bir örneği" diyerek, Ivanti ile başlayan iş ortaklığıyla beraber, Türkiye'de sunulan ürün ve çözümlerin kapsamının daha da genişlemesinden büyük memnuniyet duyduklarını belirtiyor.

Ivanti sunduğu hizmet kapsamında; PC'ler ve mobil cihazlardan, sanal masa üstü altyapısına ve veri merkezine, çalışma ortamı her yer olabilen girişimlerde, kişisel çalışma deneyimi sağlarken, buluttan uç noktaya IT envanterini gözlüyor, yönetiyor, güvenliği sağlıyor ve servis veriyor. Ivanti otomasyon platformu ile kullanıcıların, altyapı ve cihazlar arasındaki tüm IT bağlantılarının daha akıllı/verimli ve daha güvenli çalışması sağlanıyor. Özellikle pandemi sonra hibrit çalışmanın yaygınlaşması ile Redington tarafından pazara sunulan Ivanti çözümlerini kullanan şirketler, uzaktan çalışanlar nerede olursa olsun cihazlar ve sunucular arasındaki kurumsal veri akışının güvenli ve hızlı olmasını sağlarken, çalışanların verimliliğini artırabilecekler.

Bulut Pazarında Bir Öncü: Kissflow

İş akışı ve süreç otomasyonundan düşük kodlu uygulama geliştirme iş yönetimine, alanında lider SaaS şirketi Kissflow'un tüm ürün ve hizmetlerinin dağıtımını Redington Türkiye üstlendi.

25 yıllık tecrübesi ile bilişim sektöründe Türkiye'nin en köklü distribütörlerinden biri olan, Redington Türkiye, önde gelen yazılım şirketinden biri olan Kissflow'un Türkiye'deki tek yetkili dağıtıcısı oldu. Anlaşma dahilinde Kissflow'un özellikle az kodlu ve kodsuz platform çözümlerinin dağıtımı ve uygulama süreçlerini Redington Türkiye yürütmeye başladı.

Ürünleri 160'tan fazla ülkede kullanılan Kissflow, iş akışı ve süreç otomasyonundan düşük kodlu uygulama geliştirmeye iş yönetimi alanında lider bir şirket. Faaliyet gösterdiği ülkelerde 150 binden fazla müşteriye dokunan Kissflow'un müşterileri arasında Airbus, McDermott, Reckitt Benckiser ve Olympus gibi 50'den fazla Fortune 500 şirketi yer alıyor. Geçtiğimiz yıl yayımlanan SaaS 1000 listesinde dünyanın en hızlı büyüyen SaaS şirketleri arasında da yer alan Kissflow'un bulut tabanlı kodsuz / düşük kodlu platform çözümleri, şirketlerin kritik işlere odaklanmasını sağlarken aynı zamanda bağlamsal iş birliğini de destekliyor. Kissflow'un çözümleri tekrarlayan manuel görevleri otomatik bir yaklaşımla değiştirerek operasyonel maliyetleri düşürmek ve üretkenliği artırmak için tasarlanmış. Kissflow ile çalışan işletmeler, kurumsal uygulamalarını modernize edebilir veya ERP, CRM sistemlerini sorunsuz bir şekilde entegre edebilir.

KULLANICI DENEYİMİ ODAKLI ÇÖZÜMLER

Karmaşık iş akışları oluşturma konusundaki yeteneği ile sektördeki en önemli rakiplerinden ayrışan Kissflow'un çözümleri şirketlerin kodlama gerektirmeden dakikalar içinde iş akışları oluşturmasına olanak tanır. Ürünlerinde temiz ve sezgisel bir kullanıcı arayüzü sunan Kissflow, her türden son kullanıcı uygulama oluşturma sürecini destekliyor. Kissflow'un platform çözümleri, herkesin hızlı bir şekilde kullanmaya başlamasına olanak tanıyan en basitten en profesyonel seviyeye 180'den fazla önceden oluşturulmuş şablon içeriyor. Kissflow'un en büyük rakiplerine baktığımızda genelde geliştiriciler için tasarlanan ve kullanımı karmaşık olan ürünler karşımıza çıkıyor. Bu durumun tersine Kissflow'un sunduğu çözümler sadece BT sektörü için değil genel olarak iş dünyasına hitap ettiğinden kullanımı çok daha kolaydır.

KİSSFLOW ÇÖZÜMLERİ REDINGTON EKOSİSTEMİNDE

Kissflow ile başlayan iş ortaklıklarının Türkiye'deki düşük kodlu ve kodsuz geliştirme pazarına önemli bir değer katacağının altını çizen Redington Genel Müdürü Cem Borhan, kodsuz / düşük kodlu ürünlere olan talep, uzakta ve hibrit çalışma modellerinin yaygınlaşması ile son bir yılda iki katına çıktı. İş liderleri artık, "her yerden çalışma" modelini mümkün kılacak şekilde, satıcı, tedarikçi ve iş ortağına yönelik uygulamalar dahil olmak üzere dahili iş süreçlerini dijitalleştirmenin ve iş akışlarını otomatize etmenin önemini anlamış durumda. Bu ortaklık her iki şirketi, Türkiye'deki müşterilerimizin Kissflow'un düşük kodlu ve kodsuz geliştirme çözümlerini iş süreçlerine başarılı bir şekilde entegre edebilmesi ve bunu gerçekleştirmek için stratejik planlama, proje teslimi ve doğru teknoloji platformu sağlama gibi alt başlıkları kapsıyor. Redington'un Türkiye'deki 600'den fazla şirketten oluşan güçlü tedarik zinciri ağı, Kissflow platformunun ülkemizin kurumsal şirketlerine erişimini daha da artıracak" dedi.

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.

"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
Genel Müdür
Redington Türkiye

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 alâkalı 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 artığını, 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 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.

Redington

KOBİLERİ FİDYE YAZILIMLARDAN KORUMANIN İYİ BİR YOLU VAR

Redington tarafından KOBİ'lere özel olarak geliştirildi.

SAFEHOUSE

Fidye yazılımları dijital sermayemizi tehdit ediyor, işletmelerimizi korumak her geçen gün zorlaşıyor. KOBİ'lerimizi fidye yazılımlardan korumak için harekete geçen Redington Türkiye alanında "ilk ve tek Tak-Çalıştır fidye yazılım çözümü ***SafeHouse***"u geliştirdi. Redington mühendisleri tarafından Veritas, Trend Micro ve Supermicro çözümleri bir araya getirilerek geliştirilen ***SafeHouse*** ile sermayeniz güvende olacak, enerjiniz şirketinizin büyümesine kalacak.

Lansmana özel fiyatlar ve detaylı bilgi için **web sitemizi** ziyaret edin.

VERITAS SUPERMICRO TREND MICRO

Bilişim ekosisteminin birleştirici gücünü yakından tanımak için,
redington.com.tr • 0216 316 50 50

Yerel Tecrübemizi Global Vizyonla Harmanladık

REDINGTON TÜRKİYE OLDUK

2015 yılında Redington Grup bünyesine katılan LinkPlus, 2021 itibarıyla artık yoluna Redington Türkiye olarak devam ediyor. Redington Türkiye, grubun global bilgi birikimini, deneyimlerini ve gücünü iş ortaklarının ve distribütörlüğünü üstlendiği global markaların hizmetine sunarak tüm ekosistemiyle büyümeye odaklanıyor.

RAJ SHANKAR
Genel Müdür
Redington Grup Şirketleri

> “Artık Redington Türkiye olarak hizmetlerine devam eden LinkPlus, çok daha fazla kaynağa erişerek, yeni bir büyüme dönemine girmiş bulunuyor. Uzmanlıklarıyla öne çıkan Türkiye ekibimizin yardımıyla, ülkenin en çok tercih edilen katma değerli distribütörü olmayı hedefliyoruz.”

25 yılı aşkın süredir Türkiye bilişim pazarında başarıyla sürdürdüğü katma değerli distribütörlük deneyimini Redington Grup'un global gücü ve vizyonu ile harmanlayan LinkPlus, yoluna Redington Türkiye olarak devam ediyor.
Global çapta 7 milyar doların üzerinde bir dağıtım ve tedarik zinciri çözümleri sağlayıcısı olan Redington'ın başlangıç hikayesi ile LinkPlus'ın başlangıcı benzerlik gösteriyor. 1993 yılında kurulan ve tek marka ile tek bir pazarda faaliyetine başlayan Redington, bugün gelişmekte olan 30'dan fazla ülkede, bilgi teknolojileri (BT) ve mobilite alanlarında 230'un üzerinde global marka ile yer alıyor.

Katma değerli iş modeli anlayışıyla ulaştıkları büyük başarının kendilerini global bir şirketin parçası haline getirdiğini belirten Redington Türkiye Genel Müdürü Cem Borhan, “Tüm dünyada bilişim teknolojileri hızla gelişiyor ve şirketler büyük bir dönüşümden geçiyor. Pandemiyle birlikte bu dönüşümün hızı arttı ve bilişim teknolojilerine talep daha da yükseldi. Dünyanın birçok ülkesinde faaliyet gösteren Redington Grup, Türkiye'ye büyük bir yatırım yapıyor. Bu isim değişikliği de bu yatırımların bir vurgusu olarak öne çıkıyor. Hem 25 yılı aşkın tecrübeye sahip yerel bir şirket hem de dünya genelinde büyük bir bilgi birikimine sahip bir yapının parçası olarak temsilciliğini yaptığımız markaların sayısını artıracağız ve portföyümüzü daha da büyüteceğiz” diyor.
Redington Grup Şirketleri Genel Müdürü ve Redington Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı Raj Shankar ise “Redington markasını Türkiye'de görmekten heyecan duyuyoruz. Artık Redington Türkiye olarak hizmetlerine devam eden LinkPlus, çok daha fazla kaynağa erişerek, yeni bir büyüme dönemine girmiş bulunuyor. Uzmanlıklarıyla öne çıkan Türkiye ekibimizin yardımıyla, ülkenin en çok tercih edilen katma değerli distribütörü olmayı hedefliyoruz. Dünyanın farklı bölgelerindeki iş birliklerimiz ve tecrübemizden aldığımız güçle, Türkiye'nin BT ekosisteminde yeni teknolojilerin daha hızlı benimsenmesine katkıda bulunacağız.” diyerek, Türkiye'ye verdikleri önemi vurguluyor.

2020 YILINDA YÜZDE 45 BÜYÜME

2020 yılında pandeminin olumsuz etkilerine rağmen büyüme hedeflerinde herhangi bir değişiklik yapmayan Redington Türkiye, distribütörlüğünü üstlendiği global markalarda, döviz bazında yaklaşık yüzde 45 büyüyerek 2020 yılını geride bıraktı. Aynı zamanda yıl içerisinde yenilikçi ve yıkıcı özellikte teknolojileriyle öne çıkan Alibaba Cloud, Diamanti, Okta ve Supermicro olmak üzere, dört yeni markayı daha portföyüne ekleyerek marka sayısını 14'e ulaştırdı.

2021 YILINDA DA BÜYÜME DEVAM EDECEK

Redington Türkiye, 2020 yılında elde edilen büyüme hızının bu yıl da devam ettiğini ifade ediyor ve 2022 yılında süreçlerin tamamen normale döneceğini ön görüyor. 2021, Redington Türkiye için yeni kimliği ve markasını oluşturduğu, portföyüne yeni markaların katıldığı, bulut bilişim, veri analizi, yapay zekâ ve güvenlik alanlarında daha da ilerlediği insan kaynağına daha fazla yatırım yaptığı önemli bir yıl oldu.

“2021’de Yenilikçi Teknolojilerimizle Öne Çıktık”

“Önümüzdeki süreçte, daha yıkıcı ve dönüştürücü teknolojilerin ayrışarak, etkilerini pek çok alanda göstereceklerini düşünüyorum. Redington Türkiye olarak temsil ettiğimiz markaların sahip olduğu teknolojilerin de böyle bir etkisi olacak.”

CEM BORHAN
Genel Müdür
Redington Türkiye

Redington Türkiye Genel Müdürü Cem Borhan, 2020 yılı gözlemlerini aktarırken, uygulamaya geçirdikleri 2021 yılı stratejileri ve Redington ekosistemini geliştirmeye yönelik atmış oldukları adımları değerlendirdi.

Hepimizi sarsan 2020 yılını genel olarak nasıl tanımlarsınız?
CEM BORHAN: Dünyayı dönüştüren, yeni iş ve yaşam modellerinin test edildiği, yeni ihtiyaçların yeni teknolojilerin gelişimine ortam yarattığı bir yıl geçirdik. Kriz her zaman olduğu gibi kendi kazananlarını ve kaybedenlerini yarattı. İçinde yer aldığımız teknoloji sektörü kazananlar arasındaydı. Zaten Redington Grup’un dünya genelindeki verilerine baktığımızda da bütün bir kaos içerisinde teknoloji sektörünün pozitif ayrıştığını açıkça görüyoruz. Bunun en önemli nedeni, şartlar gereği her alanda dijital dönüşümün hızlanması zorunluluğu oldu. Herkesin bildiği gibi tüm dünyada havayolu, turizm ve eğlence sektörleri büyük darbe aldılar, ancak sektörden bağımsız olarak bu sürecin asıl kaybedenleri, dijital dönüşümde geride kalmış şirketler oldu. İşlerini dijital platformda devam ettirebilenler ise iş hacimlerini artırmayı, bazı alanlarda artan talebi karşılamaya odaklanarak krizi fırsata çevirmeyi başardılar.

YÜZDE 45 BÜYÜME

Redington Türkiye 2020 yılını nasıl kapattı?
CEM BORHAN: 2020 yılını dolar bazında yüzde 45 büyüme ile kapattık. Temsilciliğini üstlendiğimiz marka sayısının artması, iş hacmimizin büyümesi ve sektörü daha geniş bir bakış açısıyla ele almamız bu sonuçta etkili oldu.
2020 bizim için pandemi etkisine rağmen hem ürün ailelerinin kapsamını genişlettiğimiz hem de mevcut ürün ailelerinin olgunluk düzeyini artırarak içinde bulunduğumuz koşullara göre ciddi büyüme ivmesi yakaladığımız bir yıl oldu. Ve elbette, işimize kesintisiz devam ettiğimiz ama evlerimizden çalıştığımız bir yıldı.

PANDEMİ SÜRECİNDE FİNANSMAN DESTEĞİ

Artık Redington Türkiye olarak yola devam ediyorsunuz, bunun ekosisteminize artıları, özellikle pandemi sürecinde neler oldu?
CEM BORHAN: Likidite kriz dönemlerinin bir numaralı önceliğidir. Distribütörü, üretici markaları ve iş ortaklarıyla bir ekosistemi oluşturmuş durumdayız. Üreticiler, iş ortaklarımıza ve müşterilerimize vizyonu, trendleri yol haritasını sunuyorlar. Redington gibi ticaretin kalbine oturan distribütör firmalar ise bu işin likidite kısmını yönetmek durumundalar. Redington Türkiye, global bir yapının parçası olmanın getirisiyle finansal açıdan oldukça güçlü bir distribütör. Birlikte iş yaptığımız yerel iş ortaklarına finans desteği sağlayabilir duruma gelmiş olmamız, pandemi döneminde büyük değer taşıyor. Nakit akışı sıkıntısı yaşayan, finansal anlamda güçlük çeken şirketlere “kanal finansmanı” adı altında ek finansman seçenekleriyle destek oluyoruz. Bu sayede Redington Türkiye, küçükten büyüğe birçok şirketin finansal anlamda sıkıntı yaşadığı bu dönemde hem ekosistemine güç kattı hem de şirkete olan güveni en üst düzeye çıkarma fırsatı elde etti.

Şu ana kadar 2021 yılını nasıl geçirdiniz?
CEM BORHAN: 2021 yılına öncelikle isim değişikliği yaparak başladık. Redington Türkiye olarak hem kendi markamızı oturttuğumuz hem de global bilgi birikimimizi yerel deneyimimizle harmanlayarak, ekosistemimize ve sektöre yansıttığımız bir sene oldu. Aslında, Redington marka sayılarını artırarak dünyada nasıl büyüyorsa biz de Türkiye’de öyle büyümeye devam ettik. Marka sayımız 16’ya ulaştı ve bu süreçte birbirini tamamlayacak teknoloji ve ürünleri bir araya getirmeyi hedefledik. 2021 yılına başlarken, dönüşüm stratejilerimizi ve yol haritamızı net olarak belirlemiştik. Bu stratejiler ve yol haritamız doğrultusunda, insan kaynaklarımızdan stratejik pazarlama yönetimine, dijital platformlardan ofislerimizin renovasyonuna uzanan bir dizi yeniliği hayata geçirdik.

Redington Türkiye’nin 2021 yılı teknoloji gündeminde neler vardı?
CEM BORHAN: Distribütörlüğünü üstlendiğimiz markalarımız, yıkıcı/dönüştürücü özellikteki yeni nesil teknoloji ve ürünleri ile dünyada öne

> Türkiye'nin Start-Up ve Scale-Up'larının Redington ekosisteminde büyümesini sağlayacak ortamı yaratıyoruz. Markalarımızın birbirlerini tamamlayan özellikleri sayesinde ortaya çıkan sinerjinin, iş ortaklarımızın dünyaya açılmasında çok önemli bir kapı oluşturacağına inanıyoruz.

çıkıyorlar. Oyunu değiştiren, sarsıcı etkileri olan markalar bunlar. Doğal olarak biz de ekosistemimizle birlikte, onların odaklandığı ve önümüzdeki dönemde Türkiye'de büyük bir gelişim göstereceğine inandığımız, Yapay Zekâ, Büyük Veri, IoT (Nesnelerin İnterneti), Artırılmış Gerçeklik, 5G teknolojilerine odaklandık. Bu yıl, özellikle robotik süreç otomasyonunu da kapsayacak şekilde endüstri 4.0 projelerinin, bulut çözümlerinin, veri analitiği ve kubernetes uygulamalarının çok daha fazla öne çıkmasını bekliyorduk ve bu doğrultuda da gelişmeler yaşadık. Mobil uygulamalar tarafı zaten önlenemez bir şekilde büyüdü. Temsil ettiğimiz markalar ve ekosistemimizle birlikte bütün bu alanlarda büyüme kaydettik. 2021, yenilikçi teknolojilerimizin öne çıktığı bir yıl oldu.

TÜRKİYE'NİN "UNICORN" ŞİRKETLERİ

Bu yıl ekosisteminize yönelik önceliklerniz nelerdi?

CEM BORHAN: Bu yıl, ekosistemimize dair çok önem verdiğimiz bir konuda temeller attığımız bir yıl oldu. Teknoloji ithalatını, çözümlerimizle ihracata dönüştürebilmek istiyoruz. Bu amaçla, ekosistemimizin ve Türk yazılım mühendisliğinin yanında yer almayı görevimiz olarak görüyoruz. Türkiye'nin Start-Up ve Scale-Up'larının Redington ekosisteminde büyümesini sağlayacak ortamı yaratıyoruz. Markalarımızın birbirlerini tamamlayan özellikleri sayesinde ortaya çıkan sinerjinin, iş ortaklarımızın dünyaya açılmasında çok önemli bir kapı oluşturacağına inanıyoruz.
Bu doğrultuda, temsilcisi olduğumuz markaların sözünü ettiğim yenilikçi/yıkıcı teknolojilerini, ürünlerini, ekosistemimizdeki Türk yazılım mühendisliğinin gücü ve çözüm geliştirme yetkinliği ile buluşturuyoruz. Böylece, "unicorn" firmaların oluşmasına vesile olmayı hedefliyoruz. Markalarımızın küresel başarılarıyla dikkat çeken teknoloji ve ürünleri, ülkemizdeki Start-Up ve Scale-Up'larımızın dünyaya açılmalarında da önemli roller üstleneceklerdir.

DİSTRİBÜTÖRLÜKTE v3.0 DÖNEMİ

Redington Türkiye olarak distribütörlük kavramına yeni bir bakış açısı getiriyor musunuz?

CEM BORHAN: Öncelikli konularımızdan biri de distribütörlük kavramını yeniden tanımlamak ve Türkiye'de distribütörlükte v.3.0 dönemini başlatmak üzere harekete geçmek oldu. Bu doğrultuda, bugüne kadar başarıyla yürüttüğümüz katma değerli distribütörlük anlayışını, "as a Service" yani "bir servis olarak distribütörlük" yaklaşımıyla sunabilmek için, bu yıl bazı temelleri atmaya başladık.

Söz ettiğiniz "as a Service" yaklaşımını açmadan önce distribütörlük yapısının yıllar içindeki dönüşümü hakkında bilgi verebilir misiniz?

CEM BORHAN: Distribütörlük dünyada da Türkiye'de de çeşitli fazlardan geçti. Biz bunu teknoloji sektörünün yapısı dolayısıyla versiyon güncellemelerine benzetiyoruz ve 2009 yılı öncesi dönemi "Distribütörlük 1.0" olarak ifade ediyoruz. Gümrükleme, finanse etme, stok ve lojistik işlevlerinin yerine getirildiği, bir nevi "alt-sat" diye tanımlayabileceğimiz geleneksel distribütörlük dönemi olarak görebiliriz. Versiyon 1.0, servis, danışmanlık gibi işlevleri içermiyor ve "dağıtıcılık"

ODAKLANDIĞIMIZ TEKNOLOJİ VE ÇÖZÜMLER

- >> Yapay Zekâ
- >> Büyük Veri
- >> Veri Analitiği
- >> IoT (Nesnelerin İnterneti)
- >> Artırılmış Gerçeklik
- >> 5G Uygulamaları
- >> Blockchain Uygulamaları
- >> Robotik Süreç Otomasyonu
- >> Bulut Çözümleri
- >> Kubernetes Uygulamaları

SAYILARLA REDINGTON

28 Yıllık Geçmiş
Redington'ın global başarı hikayesi 1993 yılında başladı.

7 Milyar $
Redington, global çapta 7 milyar doların üzerinde dağıtım ve tedarik zinciri çözümleri sağlayıcısıdır.

230 Global Marka
Redington, bilgi teknolojileri (BT) ve mobilite alanlarında 230'un üzerinde global markanın distribütörlük hizmetlerini sağlıyor.

30'u Aşkın Ülke
Redington, bugün gelişmekte olan 30'dan fazla ülkede faliyet gösteriyor.

> **Çözüm Sağlayıcı Distribütörlük anlayışımızın ilk örneğini, alanındaki ilk "tak çalıştır" çözüm olan SafeHouse ile ortaya koyduk. Veritas, TrendMicro ve Supermicro markalarımızın ürünlerini bir araya getirerek geliştirdiğimiz ve KOBİ'lerimizin dijital sermayesinin güvende olmasını sağlayan bu çözümü, yılın son döneminde lanse ettik.**

kelimesinin anlamını tam olarak karşılıyor. Yine de BT sektöründe "bilgi" öne çıktığı için, diğer sektörlerle karşılaştırıldığında her zaman bu tanımın bir tık ötesinde olunduğunu söylemeliyiz.
1995 yılında kurulan LinkPlus ise o dönem distribütörlüğünü yaptığı markanın global kimliği ve gereklilikleri nedeniyle, daha en başından katma değerli hizmetleri de verebilen bir yapı kurdu ve işe distribütörlük v2.0 noktasından başladı diyebiliriz. 2008 yılında kurduğu eğitim ve demo merkezleri ile teknik uzmanlığını da ekosistemine ekledi. 2015 yılında Redington şirketi olmasıyla birlikte de çok markalı distribütörlük anlayışına uygun bir yapıya geçti. Bugün Redington Türkiye olarak devam ettiği distribütörlük yolunda ise v3.0 için temeller atmaya başladı.

Distribütörlükte v3.0 dönemi neleri kapsıyor?

CEM BORHAN: Versiyon 3.0'ı, katma değerli distribütörlüğün ötesine geçildiğini ifade etmek için "VAD +" yani "Value Added Distribution - Katma Değerli Distribütörlük +" olarak adlandırıyoruz. "Çözüm sağlayıcı distribütörlük" olarak da ifade edenler var ama bence bu ifade de tam yerini bulmuyor. Çünkü artık odağımız "dağıtmak" değil, en uygun, en doğru bileşenleri bir çözümde "toplamak", bir araya getirmek, bütünleştirmek... Örneğin Redington, artık bu nedenle "distributor" yani "dağıtıcı" kelimesi yerine, "aggregator" yani "toplayıcı" kelimesini kullanıyor. Belki bütün gereklilikleri sağladığımızda –ki bu yolda ilerliyoruz- kendimize yeni bir isim vermemiz, yaptığımız işi "Çözüm Sağlayıcı Toplayıcılık" ile ifade etmemiz daha doğru olacak. Bu yaklaşımın ürüne dönüşen sonuçlarını da yine bu yıl içinde görmeye başladık zaten. Örneğin, alanındaki ilk "tak-çalıştır" fidye yazılım çözümü olan SafeHouse'u, Veritas, TrendMicro ve Supermicro markalarımızın ürünlerini bir araya getirerek geliştirdik. KOBİ'lerimizin dijital sermayesinin güvende olmasını sağlayan SafeHouse'u yılın son döneminde lanse ettik.

"SERVİS OLARAK DİSTRİBÜTÖRLÜK"

Versiyon 3.0'a geçmek için hangi adımları attınız?

CEM BORHAN: Redington Türkiye olarak, artık tüm organizasyon yapımızla, uluslararası standartlarda kurumsal bir yapıya dönüşüm süreci geçirdik. Redington'ın "multi-vendor" yani çok markalı distribütörlük sistemine geçtik. Distribütörlüğünü üstlendiğimiz her marka, kendisine göre bir distribütörlük modeli ihtiyacı ve katma değer sistemi ile geliyor. Her birini Redington Türkiye çatısı altında toparladığımızda, tüm bakış açılarını kapsayan 3.0 versiyonuna geçmemiz gerektiği ortaya çıkıyor. Bu model doğrultusunda markalarımıza ve iş ortaklarımıza, yeni dönemin kavramı olan "as a Service" yani "servis olarak distribütörlük" diyebileceğimiz, kişiye özel yaklaşımla ve abonelik mantığıyla servislerimizi sunabileceğimiz bir yapıya geçmek için hazırlıklarımızı yapıyoruz. Bu doğrultuda iş ortakları ağımızı geliştiriyor, farklı sektörlere/alanlara erişimimizi genişletiyoruz. Markalar arası güçlü sinerji, iş ortaklarımızla birlikte çok daha yenilikçi projelerde yer alabilmemizi, çok daha verimli çözümler oluşturabilmemizi sağlıyor. İş ortaklarımız, insan kaynaklarımız, entelektüel sermayemiz, finansal gücümüz ve gelişmekte olan teknolojileri elimizde bulundurmamızın sağladığı avantajlarla, v3.0 konumuna doğru ilerliyoruz.

KATMA DEĞERLERİMİZ

1. İş ortaklarını tanıyan, **yeteneklerini bilen** onları sinerjik bir şekilde daha büyük projelerde bir araya getirebilecek bir yapıya sahibiz.
2. En önemli görevimiz, her bir marka için **canlı bir ekosistem** kurmak, bu ekosistemi farklı özelliklere ve yeteneklere sahip **iş ortaklarıyla zenginleştirmek** ve regülatif bir rol oynamak.
3. Redington ile birlikte gelen finansal gücümüzle, özellikle likidite sıkıntılarının oluştuğu kriz dönemlerinde, **ekosistemimize destek olmaya** yönelik adımlar atıyoruz.
4. Hem sanal hem de fiziki ortamların yer aldığı demo merkezinde, müşterilerle iş ortaklarımızı bir araya getiriyor, **PoC (kavram kanıtlama)** çalışmaları için en uygun ortamı sağlıyoruz.
5. Ekibimizde her markamızın her ürünü için **teknik uzmanlığa sahip profesyoneller** barındırıyor ve bu uzmanlığımızı iş ortaklarımızla paylaşıyoruz.
6. Dijital pazarlamadaki yükseliş nedeniyle, iş ortaklarımızın ve markalarımızın hizmetine sunmak istediğimiz bir **dijital pazarlama altyapısı** kuruyoruz. Böylece markalarımızla birlikte dijital pazarlama faaliyetlerini **düzenli ve stratejik** bir yaklaşımla gerçekleştirmeyi hedefliyoruz.
7. **"Center of Excellence"** yani **"Mükemmellik Merkezi"** adını verdiğimiz oluşum kapsamında, eğitimler ve küçük çaplı etkinlikler düzenliyoruz, atölyeler gerçekleştiriyoruz. Center of Excellence çatısı altında yer alan **migration ve test ortamları, bulut altyapısı ve demo merkezimiz** ile ekosistemimiz için çok önemli bir ihtiyaca cevap veriyoruz.

“Türkiye’nin Start-Up’ları Redington Ekosisteminde Büyüyecek”

CENK SOYLUOĞLU
Satış Direktörü
Redington Türkiye

“2021’de özellikle “Ekosistemin birleştirici gücü” olduğumuzdan hareketle, markalarımız arasındaki sinerjiyi sağlamaya yönelik bazı adımlar attık ve oldukça verimli sonuçlarını da gördük.”

Hızlı bir büyüme ve atılım sürecine giren Redington Türkiye, pandeminin bütün olumsuzluklarına rağmen 2021 yılını marka sayısını yükselterek geride bıraktı. Redington Türkiye Satış Direktörü Cenk Soyluoğlu, pandemi ile birlikte ortaya çıkan yeni teknoloji ihtiyaçlarını ve dağıtımını üstlendikleri markaların bu ihtiyaçlar doğrultusunda nasıl konumlandıklarını değerlendirdi. Soyluoğlu ayrıca, kendilerini ekosistemin birleştirici gücü olarak tanımladıklarını ve sahip oldukları yenilikçi teknolojilerin Türkiye’nin start-up’ları için de büyük önem taşıdığını vurguladı.

2021 yılını değerlendirir misiniz?
CENK SOYLUOĞLU: 2021 sonu itibarıyla, Supermicro, Kissflow, Ivanti ve Microstrategy gibi son derece değerli ve yenilikçi markaların da aramıza katılmasıyla birlikte, distribütörlüğünü yaptığımız marka sayısı 16’ya ulaştı.
Yılın ilk çeyreğinde donanım ailemize Supermicro’nun katılmış olması önemli bir gelişmeydi, çünkü ürün portföyümüzü bir ‘puzzle’ olarak değerlendirecek olursak, sunucu pazarının liderlerinden olan Supermicro ile çok önemli bir parçayı tamamlamış olduk. Markalarımızın her biri çok değerli ve bir araya geldiklerinde müthiş bir sinerji oluşturma potansiyeline sahipler. Yıkıcı/dönüştürücü teknolojilere odaklanan, sadece bugüne değil gelecekte de son kullanıcıya sağlayacağı faydalar için yatırım yapan bu üreticilerin çözümlerini iş ortaklarımızla ve müşterilerle buluşturmaktan gurur duyuyoruz. 2021’de özellikle “Ekosistemin birleştirici gücü” olduğumuzdan hareketle, markalarımız arasındaki sinerjiyi sağlamaya yönelik bazı adımlar attık ve oldukça verimli sonuçlarını da gördük. “Birleştirici” kimliğimizle, bütünleşik sistemler oluşturarak ve müşterilerin ihtiyaçlarını yakından takip ederek, müşterilere özel çözümler sunma yolunda ilerliyoruz. Bunun ilk örneğini de SafeHouse çözümü ile somutlaştırdık. Veritas, Trend Micro ve Supermicro ürünlerini bir araya getirerek geliştirdiğimiz SafeHouse ile KOBİ’lerimizin dijital sermayesi güvende olacak.

Pandemi IT sektörü açısından dengeleri nasıl değiştirdi sizce? Hangi alanlar öne çıkıyor?
CENK SOYLUOĞLU: Pandemi, her şeyden önce hem IT (Bilgi Teknolojileri) hem de OT (Operasyonel Teknolojiler) tarafında bütünsel bir otomasyonun önemini herkese çok net bir şekilde hatırlattı. Bir süredir zaten IoT (Nesnelerin İnterneti) ve Endüstri 4.0 başlıkları altında daha bütünsel bir otomasyon anlayışından söz ediyorduk. Ancak geçiş ivmesi beklenenden düşüktü ve bütünsellik konusunda da zaaflar yaşanıyordu. Pandemi ile birlikte bu konu hem bilgi teknolojilerinde hem de üretim tarafında artık zorunluluk haline geldi. İnsanlar eve kapandıkça akla gelebilecek her alanda online işlemler çok hızlı bir yükseliş gösterdi. Bunun doğal bir getirisi olarak, veri merkezleri tarafında tahmin analitiği, iş tarafında Customer 360 projeleri öne çıktı. Bu dönemde şirket itibarına yönelik tehditler de daha hızlı arttığı için güvenlik projelerinde de benzer bir yükseliş yaşandı. Ayrıca robotik süreç otomasyonu çözümlerine yönelik de ciddi bir talep oluştu.

Robotik süreç otomasyon denilince hemen akla üretim hatları ve robot kollar geliyor. Siz sanıyorum bunu da içermekle birlikte daha geniş bir kapsamdan söz ediyorsunuz değil mi?
CENK SOYLUOĞLU: Üretim hattında otomobil üretmek de bunun içinde bir sigorta bayisinde elle yapılan basit bir evrak işi de... Eğer bir evrak geliyor ve bunun yazılıma girilmesi gerekiyorsa o noktada bir kesinti var demektir. Sonra o yazılım bir başka şeyi tetikler arka tarafta. Bir başka insan o yazılımı açar, oradan yine bir şey kopyalar ve başka bir yazılıma aktarır belki. Tüm bu süreçlerin insan eli değmeden yapılmasını sağlamaktan söz ediyorum. Örneğin paketinizi teslim etme anınızdan başlayarak insanlarla hiç etkileşimde olmadığınız kargo şubeleri var. Bir ekrana göndereceğiniz paketin özelliklerini giriyorsunuz, ödemeyi o ekrandan

> **Distribütörlüğünü üstlendiğimiz markaların çözümlerini ekosistemimiz üzerinden ihracata dönüştürebilmek en büyük arzularımızdan biri. Stratejilerimiz kapsamında markalarımızla birlikte Türk yazılım mühendisliğinin yanında yer alacağız.**

yapıyorsunuz ve sizin için otomatik olarak o anda hazırlanan uygun bir kutu önünüze geliyor. İçine göndereceğiniz şeyi yerleştiriyorsunuz ve gösterilen yere koyuyorsunuz. Aynı şekilde gelen evrakları tanımlayabilen, ayrıştıran ve ilgili sisteme aktarabilen otomasyon sistemleri kurabilmek mümkün. Burada amaç, insan kaynağını şirket için daha katma değerli işlerde kullanabilmek. Pandemi bu tip yaklaşımları daha çok gündeme getirdi. Bu anlamda bir dönüm noktası oldu.

Başka hangi teknolojiler daha fazla gelişme imkânı buldu bu süreçte?
CENK SOYLUOĞLU: IoT ve Endüstri 4.0'ı, robotik süreç otomasyonu teknolojilerini zaten telaffuz ettik. Her ne kadar her yerde defalarca tekrar edilse de, bulut teknolojileri, Yapay Zekâ, büyük veri, veri analitiği, artırılmış gerçeklik, kubernetes teknolojilerini de söylemeden geçmeyelim. Artık hepsi iç içe geçmiş halde bu teknolojilerin. Hepsi birbirine dokunuyor ve yaygınlaşma hızları ciddi derecede arttı. Pandemi krizi ile birlikte özellikle bulut teknolojileri ve çözümleri tam da ihtiyaca cevap veren yaklaşımıyla biraz daha fazla öne çıktı, neredeyse dönemin yükselen yıldızı oldu. Dolayısıyla bizim portföyümüzdeki markaların tümü için de bulut çözümleri çok önemli bir yer tutuyor. Hepsinin bu alanda ayrı bir ajandası var ve bulut pazarında büyümeyi öngörüyorlar. Gerektiğinde Bulut Bilişim'i kullanmak hem maliyet açısından hem de esneklik açısından şirketlere büyük kazançlar sağlıyor.
Özetle, dijital dönüşümde belki de "bütünsel otomasyon" diye adlandırabileceğimiz projelerin hayata geçirildiği bir dönemi yaşıyoruz. Bundan 3-4 yıl sonra, örneğin 2025 yılında bambaşka bir dünyada yaşıyor olacağımızı öngörmek zor değil.

Markalarımızın tek tek üzerinden geçersek, böyle bir dönemde her birinin hangi alanlarda katkıları olabilir, portföyünüze katılma sırasıyla değinebilir miyiz?
CENK SOYLUOĞLU: Splunk, verinin değere dönüştürülmesinde anahtar rol oynayan çözümleri ile dikkat çeken üreticilerimizden biri. Redington Türkiye ailesine katılan ilk markamız. Kurumsal büyük veri, log yönetimi, SIEM (Security Information & Event Management – Bilgi Güvenliği, Tehdit ve Olay Yönetimi), veri merkezi optimizasyonu, veri analizi projelerinde öne çıkıyor. Türkiye'de Splunk'a ilgi büyük ve giderek de artıyor. Başta finans, telko ve teknoloji sektörleri olmak üzere üretim yapan bazı şirketlerde de başarılı projelere imza atılıyor. İçinde bulunduğumuz dönemde hem artan güvenlik ihtiyaçları hem de karmaşıklaşan veri merkezi operasyonlarının daha iyi okunması ve olası problemlere erken müdahale edilebilmesi için çok etkin çözümleri bulunuyor. O yüzden de geçmiş dönemlerde olduğu gibi bu sene de Splunk'ın yüzde 50 oranında iş hacmini artırdığını görüyoruz. Splunk ile hayata geçirilen projeler, daha uzun soluklu, daha kompleks ve şirketlerin verisine uçtan uca dokunan projeler haline geldi.

Trend Micro yine söz ettiğiniz gibi pandemide artan güvenlik ihtiyaçları için nasıl konumlanıyor?
CENK SOYLUOĞLU: Evet, güvenlik çözümleri her zaman olduğu gibi bu dönemde de yine büyük talep görüyor. Pandemi döneminde herkes eve kapanınca, düzen bozucu diyebileceğimiz hacker'lar da daha aktif hale geldi, daha fazla tehdit oluşmaya başladı. Trend Micro'nun koruyuculuğu çok yüksek. Hem KOBİ'ler hem de büyük ölçekli kurumsal yapılarda kendini kanıtlamış bir marka. Dolayısıyla bu yıl da pazar payını artırdı.

Hitachi Vantara nasıl bir rol oynuyor bu dönemde?
CENK SOYLUOĞLU: Hitachi, bilindiği gibi Operasyonel Teknolojiler (OT) alanında, finans, kamu, üretim, enerji, ulaşım, sağlık gibi aklınıza gelebilecek her sektörde, 100 yılı aşkın bir birikime ve liderliğe sahip. Bilişim Teknolojileri (IT) alanında ise 50 yılı aşkın bir zamandır pazara sunduğu uygulamaları, analitik, yapay zekâ, bulut, altyapı çözümleri ile kuruluşların dijital dönüşümünde öncü rol üstleniyor. IT dediğimiz zaman aklımıza çok sayıda global firma gelebiliyor, OT dediğimiz zaman da öyle... Hitachi Vantara ise kendi bünyesinde IT ve OT'yi bütünleştiriyor. Hitachi Vantara da diğer markalarımız gibi alanında lider olan, bizim için stratejik öneme sahip bir marka. Yaşadığımız pandemi, işletmelerin dijital dönüşüm yaklaşımları konusunda itici güç sağlarken, Yapay Zekâ ve Büyük Veri gibi teknolojilerin hayati önemi de ortaya çıktı. Hitachi Vantara'nın hızlı, güvenilir ve kesintisiz veri yönetimi çözümleri, bu teknolojilerden en yüksek faydayı sağlayarak işletmelerin verimliliklerini artırıyor ve onlara yenilik yapabilme yeteneği kazandırıyor.

Red Hat de pandemide büyümeye devam eden bir dünya devi. Türkiye'deki durumunu değerlendirir misiniz?
CENK SOYLUOĞLU: 2017 yılında distribütörlüğünü üstlendiğimiz, açık kaynak kodlu çözümler alanında dünyanın en büyük şirketi olan Red Hat, Türkiye'de sadece platform çözümleri adı verilen sanallaştırma ve işletim sistemi katmanında değil, aynı zamanda orta katman çözümleri ve bulut bilişim çözümleri sağlayıcısı olarak da çok önemli bir yer edindi. Artık çok iyi tanınan OpenShift platformuyla, bulut mimarisinin en önemli yapı taşlarından birini sunuyor. Bulut bilişimin bugün geldiği noktada Red Hat, Türkiye'de de pazarını hızlı bir şekilde büyüttü ve büyütmeye de devam ediyor.

Versa Networks nasıl geçirdi bu yılı?
CENK SOYLUOĞLU: Pandemi ile beraber bağlantı ihtiyaçları artarken bağlantı maliyetleri de arttı. Geçtiğimiz dönemde, Versa Networks ile biri kamuda biri de telekom sektöründe olmak üzere çok büyük iki proje gerçekleştirdik. Söz konusu iki proje, kurumların bağlantı maliyetlerini çok ciddi ölçüde azalttı. Özellikle çok fazla sayıda lokasyonu olan şirketlerde Versa Networks'ün çözümleri artık maliyet azaltıcı çözümler olarak büyük ilgi görüyor. Üstelik maliyeti azaltırken, daha esnek bir yapı, daha yüksek performans ve güvenlik de vaat ediyor.

PTC de pandeminin öne çıkan markalarından bir oldu. Türkiye'de nasıl bir yol izliyor?
CENK SOYLUOĞLU: PTC, 2018 yılında ailemize katıldı ve çok hızlı bir büyüme kaydetti. Yıkıcı, dönüştürücü teknolojileri ile dikkat çekiyor. Temelde CAD/CAM pazarında çok güçlü bir firma olmakla birlikte Türkiye'de özellikle Endüstri 4.0 ve IoT tarafında çok önemli bir oyuncu haline geldi. PTC ile geçtiğimiz dönemde gerçekten çığ gibi bir büyüme elde ettik. Çok yeni, çok farklı sektörlerde, özellikle "predictive maintenance" yani arıza tahmini tarafında güzel projeler gerçekleştirdik. Bu yıl da hem eğitim kurumları hem de servis tarafında artırılmış gerçeklik alanında hayata geçirmeyi hedeflediğimiz projeler var.

Sırada Mobile Iron var. Sanırım Mobile Iron tarafında bazı yeni ve olumlu gelişmeler söz konusu...
CENK SOYLUOĞLU: Dünyanın en büyük mobil yazılım teknolojileri üreticilerinden olan MobileIron da 2018 yılı başında Redington Türkiye portföyüne katılan markalarımızdan. Mobil cihazların ve mobil yazılımların yönetilmesini, mobil cihazların siber saldırılara karşı güvenliğini sağlayan çözümleriyle uzun senelerdir Türkiye'de de bilinen bir marka. Ancak MobileIron, artık Ivanti çatısında yer alıyor. Bu gelişme, aynı zamanda yeni bir markanın portföyümüze katılması anlamına da geliyor. 2020 sonunda gerçekleştirilen bir anlaşma ile Mobile Iron'ı ve Pulse Secure'ü satın alan ABD merkezli güvenlik çözümleri şirketi Ivanti'nin tüm ürün ve hizmetlerinin dağıtımını da Redington Türkiye üstlenmiş bulunuyor.

Veri tarafında öne çıkan bir diğer markanız da Veritas...

CENK SOYLUOĞLU: Veritas, özellikle verinin monitöre edilmesi, izlenmesi, saklanması ve gerektiği zaman tekrar kullanılabilmesi için uçtan uca bir platform sağlıyor. Bu döneme kadar büyük ölçekli kuruluşları hedefleyen Veritas, geçtiğimiz dönemde KOBİ'lere yönelik çözümleri ile de öne çıkmaya başladı. Veritas, Backup Exec çözümü ile eskiden sadece büyük ölçekli, kurumsal yapıların elde edebildiği bir teknolojiyi artık çok iyi fiyat/performans oranları ile KOBİ'lere de sunabiliyor. Veritas'ın önümüzdeki dönemde çok daha hızlı bir şekilde yaygınlaşmasını bekliyoruz.

2019'un sonunda Corelight markası portföyünüze katılmıştı, o cephede ne gibi gelişmeler var?

CENK SOYLUOĞLU: Corelight SIEM (Security Information & Event Management – Bilgi Güvenliği, Tehdit ve Olay Yönetimi) tarafında öne çıkıyor. Bu yıl, SIEM kullanan telekom operatörlerinde ve belli bazı finans kurumlarında başarılı demo ve PoC çalışmaları gerçekleştirdik. Corelight, SIEM platformlarında verinin daha hızlı bir şekilde analiz edilebilmesini sağlayan güçlü bir araç sunuyor. Splunk ile birlikte çok iyi çalışan bir çözüm. Bu nedenle Splunk'ın yer aldığı müşterilerimizi Corelight ile de buluşturuyoruz. Bu iş birliğinden güçlü bir sinerji elde ettiğimizi düşünüyoruz ve SIEM tarafında son kullanıcının elde ettiği faydayı önümüzdeki dönemde daha da artırmayı hedefliyoruz.

Bu yıl Okta hangi alanda kendisine yer buldu?

CENK SOYLUOĞLU: Okta, kimlik yönetimi alanında dikkat çeken ve tüm markalarımız gibi yine Gartner'ın sağ üst köşesinde yer alan bir isim. Dünyadaki önemli markalar ve Türkiye'deki belli başlı markalar, kendi portallerinde kimlik yönetimi ihtiyaçları için Okta çözümünü kullanıyor. Dolayısıyla distribütörlüğünü aldığımız ilk ay iş ortakları kendiliğinden bizi aradılar ve geliştirdikleri projeler için ekosistemimize dahil oldular. Bizim için çok güzel bir sürpriz oldu bu. 2021 için heyecanla iş geliştirme planları yaptığımız ve sonuçlarını aldığımız bir marka oldu Okta.

Diamanti çözümleri hakkında biraz ayrıntı alabilir miyiz?

CENK SOYLUOĞLU: Diamanti de ailemize katılmasından büyük heyecan duyduğumuz, Silikon Vadisi'nde doğmuş, BT altyapı ve Kubernetes uzmanlığı ile öne çıkan bir marka. Diamanti çözümü, 'offload' özellikleri sayesinde, ağda ve depolama birimlerinde yaratılan verileri donanıma aktararak performansı iyileştiriyor. Standart bir şekilde sisteme eklenen donanım performans sunucularını hızlandırırken, hacker saldırılarını önemli ölçüde engelleyerek güvenliğe de katkı sağlıyor. Ayrıca, beklenmeyen bir siber saldırı ya da sistem çökmesi durumunda da veri ulaşılabilirliğini garanti ediyor. Diamanti'nin uygulaması, kurumların altyapı ayak izini küçültürken durumsal (stateful) uygulamalarına benzersiz bir hız sağlayan 1.000.000 IOPS'lik konteynerlerdeki yazılım uygulamalarını hazırlayıp dağıtmalarını kolaylaştırıyor. Ayrıca, Red Hat'in Kubernetes için konteyner geliştirme aracını ve platformunu azami performans ve ölçeklenebilirlikte, etkin biçimde operasyonel olarak konuşlandırılabilmesini sağlıyor. Bu yenilikçi çözüm ile Kubernetes kullanıcılarına birkaç saat içerisinde bir altyapı sunularak, inovasyonları hızlı gerçekleştirme ve rekabetçi avantajlar elde etme olanağı veriliyor.

Redington Türkiye, start-up'ların gelişmesine markalarıyla destek olmayı görev olarak benimsediğini her fırsatta dile getiriyor. Bu bağlamda ve izlenimlerinize dayanarak, yeni nesil geliştiriciler ve yazılım evleri sizce hangi alanlara yoğunlaşıyorlar?

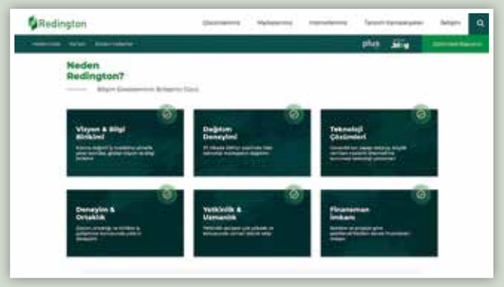
CENK SOYLUOĞLU: 2020 yılında pek çok yazılım evinin hemen kolları sıvayıp iş sürekliliği, veri güvenliği ve uzaktan çalışmayla ilgili uygulamalara odaklandıklarını takip ettik. Bu ekipler hem mobil tarafta hem de büyük operasyonlar için uygulamalar geliştirdiler. Durumu iyi okuyup, müşterileri iyi dinleyerek doğru odak noktaları seçen geliştiriciler gelirlerini hızla artırmaya başladılar. Ancak bu yazılım evlerinin gelişmesiyle beraber altyapılarını yenileme ve geliştirdikleri yazılımları kuracakları ortamlar yaratma ihtiyaçları da doğdu. Biz bu noktada, kendi markalarımızla birlikte, yazılım evlerinin geliştirdikleri çözümlerin kurulabileceği ortamları ve beraberinde çalışacakları sistemleri sağlıyoruz. Bizim kaynaklarımız geliştiriciler için daima açık olacak ve mümkün olduğu kadar söz konusu çözümlerin bir parçası olmak için yanlarında durmaya devam edeceğiz. Bu nedenle de "Türkiye'nin start-up'ları Redington ekosisteminde büyüyecek" diyoruz.

YENİLİKÇİLİK DNA'MIZDA 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 sürdürecek.

Ofisimizi ve Dijital Yüzümüzü Yeniledik

www.redington.com.tr



İş Birimlerine İnsan Kaynağı Yatırımı

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**

ALTYAPI ÇÖZÜMLERİ İŞ BİRİMİ EKİBİ

Soldan Sağa:
Satış Destek Uzmanı **Ceren Berber**, *Kanal Satış Yöneticileri* **Serkan Özkan** *ve* **Gül Okumuş**

İK Yönetiminde Bütünsel Yaklaşım

Sinem Afacan
İnsan Kaynakları Müdürü

Profesyonel Hizmetler ve Redington Akademi

Timur Yalçın
Profesyonel Hizmetler Müdürü

Operasyonel Pazarlamadan Stratejik Pazarlamaya

Pazarlama ve İletişim Yöneticisi **Billur İşcan**

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.

BURCU TURAN
Mimar

"Bir teknoloji şirketi olduğunu ilk bakışta bile hissettirecek, giderek büyüyen bir ekibi uzun süre barındırabilecek bir ofis hayal ettik. Aynı zamanda doğa ile bağ kuran, verimli bir etkileşim ortamı yaratmayı da hedefledik."

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 mutfağın 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.

Operasyonel Pazarlamadan Stratejik Pazarlamaya Doğru

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

Soldan Sağa:
Pazarlama ve İletişim Yöneticisi
Billur İşcan
Pazarlama ve İletişim Uzmanı
Gamze Erzen

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.

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 sektörlere 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. 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 işlerimden biri de Linkplus isminin Redington Türkiye olarak dönüştürülme süreciydi. İsmimizin ve logomuzun değişimini kurumsal kimliğimize doğru biçimde yansıtmak önemliydi. Pandemiyi, 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 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 olabilmenin, bilinirliğini sağlamanın, ürününüzü, çözümünüzü, başarınızı 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. Geçmişi 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.

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

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. Derdinizi 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.

Bu kararları nelere dayandırdınız?
BİLLUR İŞCAN: Elbette araştırma verilerine. Örneğin, araştırmalar, B2B satın alma ekiplerinin yüzde 75'inin, tepe yöneticilerin yüzde 84'ünün yeni bir satın alma yapılacağı zaman sosyal medyayı kullandıklarını gösteriyor. Uzmanlık odaklı referansların yüzde 17'si sosyal medya içerikleri ve etkileşimlerinden hareketle oluşuyor. Bunun gibi bilgiler bu kararları alırken bize çok yardımcı oldu. Kendi kanallarımızda, yani web sitemizde, sosyal medya kanallarımızda, bloğumuz ve dergimizde hedef kitlemizle en fazla ve en doğru şekilde temas sağlayabileceğimiz adımları attık.

Bütçe ayırarak hangi adımları attınız?
BİLLUR İŞCAN: Hedef kitlemize sunduğumuz bazı hizmet ve çözümler var. Bu hizmet ve çözümleri arayan kişilerin karşısına, Redington kimliğimizle, bir bağlantı noktası olarak çıkabilmemiz gerekiyordu. Pek çok markamızın Türkiye'deki tek distribütörüyüz ve o markalar aratıldığında adımızın çıkmaması düşünülemez. Google Ads ve LinkedIn ile bu konuda çalışmalar yaptık. Özellikle B2B iş yapan sektörlerde görünürlüğümüzü artırmamız bizim için çok önemliydi. Böylece, stratejik pazarlama hedeflerimiz çerçevesinde, "paid media" denilen alana ilk defa yatırım yapmaya başladık.

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. Dijtial 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 ayarlayabilerek 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.

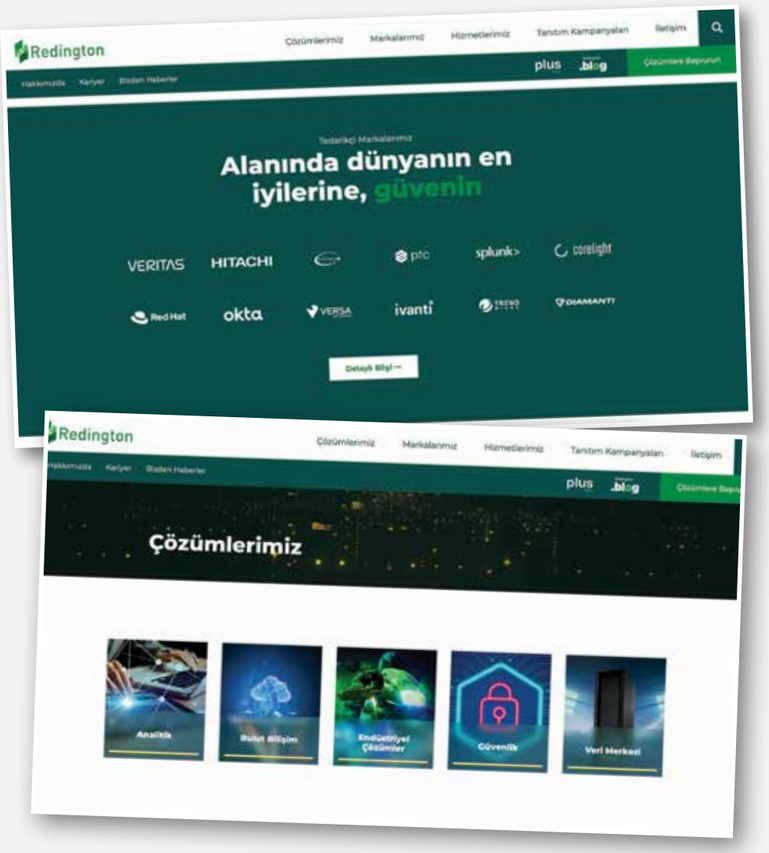
Son olarak da Redington'ın global pazarlama stratejilerine nasıl entegre olduğunuzu sormak isteriz.
BİLLUR İŞCAN: Redington, satın alma ile global bilgi birikimini de beraberinde getirmiş oldu. Şirkete yeni katılan markalarda global kimliğimizin etkisi çok büyük. Redington Grup, pazarlamada oldukça ileri 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.

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.

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 ulaşılabiliyor.
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 "Uzmana 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.

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.

ALTYAPI ÇÖZÜMLERİ İŞ BİRİMİ EKİBİ
Satış Destek Uzmanı **Ceren Berber** ,
Kanal Satış Yöneticileri **Serkan Özkan** ve **Gül Okumuş**

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 Yönetici 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.

> "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.

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 sorumla 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 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 yükümlüyüz. Hitachi ürünlerinin ise kalitesi tartışılmaz. Birçok büyük müşteri yıllardır Hitachi ürünlerini kullanıyor ve çok memnunlar.

Redington'ı diğer distribütörlerden farklı kılan yanları hakkında siz ne düşünüyorsunuz?
SERKAN ÖZKAN: Gül Okumuş'un da belirttiği gibi teknik insan kaynağının yetkinlikleri, eğitim 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.

> "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.

"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 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 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 yönelebilme 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.

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.**

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 büyütmeye 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 temsilcisiymişiz 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 ağımızla 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

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

BORA İNCİR
İş Birimi Yöneticisi
Redington Türkiye

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 değişiklikle, 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 gelişiyor. 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'in 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.

> Türkiye'de ofisi olmayan markalar için hem danışmanlık rolü üstleniyoruz hem de o markanın temsilcisiymişiz gibi aksiyon alabiliyoruz.

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 itibariyle 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 tanımıyorduk. Araştırdıkça Türkiye'de çok büyük bir potansiyeli olduğunu ve müşteriler tarafından tanındığını gördük. Yüzde 100 Cloud olması regülasyonlardan dolayı bazı sektörlere 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 Autorized 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 farklılığımızı 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 olmak farkımızı 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 Iventi 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 arkadaşlarımın 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: Arkadaşlarımın 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.

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 itibariyle 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, birimimizin 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.

TİMUR YALÇIN
Profesyonel Hizmetler Müdürü
Redington Türkiye

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

Özellikle 2020 yılından bu yan 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.

2021 YAZ OKULU'NUN KONULARI

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 KİLMENT
Trend Micro, Ivanti, MobilIron Ürünleri Uzmanı
Eğitim Konuları: "Son Kullanıcı, Bulut, E-mail, Ağ ve Mobil Güvenliği"

Lokal ve Küresel Liderlikle Uyumlu İnsan Kaynağı Yönetimi

Redington Türkiye'nin kökleri 1995 yılına dayanıyor. Başarılı distribütörlük hikayesinde 2021 yılı, bütünsel bir yenilenme hareketinin de başlangıcı oldu. Bir teknoloji şirketi olarak insan kaynağına her zaman yatırım yapan ve başarıyı öncelikle insan kaynağının gücüne dayandıran Redington Türkiye, tarihinde önemli bir milat olan 2021 yılında bu alanda da önemli adımlar attı. İnsan Kaynakları Yöneticisi Sinem Afacan, lokal ve küresel liderliğin şekillendirdiği kurumsal kültürü en önemli taşıyıcıları olan insan kaynaklarına yönelik çalışmaları anlattı.

Sinem Hanım, siz Redington Türkiye ailesine 2020 yılı sonunda katıldınız ve 2021 yılındaki yenilenme sürecinin de önemli bir parçası oldunuz. Öncelikle sizi tanıyabilir miyiz?
SİNEM AFACAN: İstanbul Üniversitesi'nde İktisat Bölümü'nü bitirdikten sonra yine aynı üniversitede İnsan Kaynakları Yönetimi alanında lisans üstü eğitim aldım. Bir İK danışmanlık şirketinde başlayan kariyerim, medya, maden, inşaat, turizm gibi pek çok iş alanında faaliyet gösteren bir holdingin İnsan Kaynakları departmanında devam etti. Bu alanda çeşitli seviyelerde yönetici olarak görev aldım. 2018 yılında bilişim sektörüne geçtim ve bilişim sektörünün kendine has dinamikleri içerisinde insan kaynağı yönetimi konusunda deneyim kazandım. 2020 yılı Kasım ayında da yolumuz Redington Türkiye ile kesişti. Özetle, insan kaynakları alanında 10 yılı aşkın bir deneyimim var.

2021 yılında Redington Türkiye'de gerçekleştirdiğiniz projelerden bahseder misiniz?
SİNEM AFACAN: İnsan Kaynakları olarak bu yıl şirket içi ve şirket dışı olarak birçok proje hayata geçirdik. Gerçekleşen projelerden fark yarattığımıza inandığım en önemli projelerden biri Yaz Okulu projesidir. Bu yıl kurduğumuz Redington Akademi kapsamında üniversiteli öğrenci ve yeni mezunlara yönelik Yaz Okulu projesi kurguladık ve ilkini geçtiğimiz yaz hayata geçirdik. Pandemi nedeniyle online gerçekleştirdiğimiz eğitim programıyla öğrencilere uzman olduğumuz teknik konularda eğitim düzenledik. Toplam 5 hafta süren projemizi önümüzdeki yıl tekrar düzenleyerek devamlılığını hedefliyoruz. Bu yılın önemli projelerinden bir diğeri de performans yönetimini yenileme projesi oldu. Uygulanan performans yönetim sistemini tüm çalışanları kapsayan ve sürdürülebilir bir yapı haline getirdik.

SİNEM AFACAN
İnsan Kaynakları Yöneticisi
Redington Türkiye

"Performans değerlendirmeye yönelik, düzenli, açık, objektif ve yapıcı bir geri bildirim zemini hazırladık. Fark yaratan, sürdürülebilir bir performans sistemi oluşturduğumuza inanıyoruz."

Bir İK yöneticisi olarak performans yönetimini nasıl tanımlıyorsunuz?
SİNEM AFACAN: Performans yönetimi, şirketten şirkete, yöneticiden yöneticiye çok farklı yorumlanabiliyor. Temelinde, çalışanların işe olan katkılarını ve belli bir zaman dilimindeki davranışlarını değerlendiren bir süreç performans yönetimi. Bu nedenle bir kuruluşta performans yönetim sisteminin kurulması ve uygulanması, İK yöneticilerinden daha çok yöneticilerin ve çalışanların ana sorumluluklarından birisi. Çünkü performans yönetim sistemi, çalışanın kendi performansını sergilediği ve bunun ödüllendirilmesini hak ettiğini gösteren bir yapı. Yönetici de çalışan da başarısını ya da eksikliklerini bu sistemde yorumlayabiliyor, kendisini geliştirmeye yönelik planlar yapabiliyor, bu konuda destek alabiliyor. Tek tek kişilerin verimliğinden kuruluşun verimliliğine uzanan, herkesi kapsayan, herkese kazandıran bir sistem bu.

Performans yönetimi Redington'da nasıl yorumlanıyor ve uygulanıyor?
SİNEM AFACAN: 2021 yılı, Redington Türkiye için pek çok konuda olduğu gibi İnsan Kaynakları tarafında da yeni bir bakış açısını beraberinde getirdi. Kuruluşumuzun geçmişten gelen bir performans ölçümleme geleneği zaten bulunuyor. Ancak bu geleneğin odağı, daha çok satış miktarlarının, satışlar karşılığında elde edilen getirilerin ölçümlemesi ve bu getirinin ödüllendirilmesi şeklinde olmuş. Bu yıl performans yönetim sistemini devreye alırken, performans yönetimi kavramını olması gereken noktaya getirmeyi hedefledik. Böylece performans yönetim sistemi, tüm şirketin, tüm çalışanların uyguladığı bir sistem olarak hayata geçirildi. Herkesin yaptığı işi nasıl tanımlayabiliyorsak, her tanımladığımız işi de ölçümleyebiliriz ve karşılığını değerlendirebiliriz.

Bu süreçte destek aldınız mı?
SİNEM AFACAN: Performans yönetimini öncelikle bir proje olarak ele aldık. Sıfırdan ve uçtan uca tasarladık. Genel Müdürümüz projenin sponsoru olarak başından sonuna kadar projeyle yakından ilgilendi. Departman yöneticilerimiz de hedeflediğimiz performans sistemi yapısına ulaşmak için büyük katkılarda bulundular. Ayrıca bu alanda danışmanlık veren deneyimli bir isimden profesyonel destek de aldık. Danışmanımızın derin bilgisi ve yöneticilerimizin şirket dinamiklerimiz hakkındaki tecrübeleri sayesinde başarılı bir performans yönetim sistemi oluşturduk. Kurallarımızı baştan net olarak belirledik ve hiçbir gri alan bırakmadık. Kişi hedeflerini nasıl yapacağını, nasıl değerlendirileceğini, puanlama yapısını ve alacağı ödülün ne olacağını biliyor. Performans değerlendirmeye yönelik, açık, objektif ve yapıcı bir geribildirim zemini hazırladık. Fark yaratan, sürdürülebilir bir performans sistemi oluşturduğumuza inanıyoruz.

> Redington Türkiye olarak kadın meselelerine yönelik bir sorumluluk bilincimiz de var. 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nde bir sosyal sorumlukuk projesi için de Pazarlama ve İletişim Yöneticimiz Billur İşcan ve ekibiyle birlikte çalıştık.

Redington'un küresel yönetimiyle nasıl bir iş birliği yürütüyorsunuz?

SİNEM AFACAN: Redington Türkiye'nin ana hedefleri, elbette küresel organizasyonumuzun belirlediği stratejilerle örtüşecek şekilde oluşturuluyor. Bu arada küreselde benimsenen performans yönetim sistemlerini ve ödüllendirme sistemlerini de inceledik. Sonuç olarak, Türkiye standartları ve mevzuatlarına uygun ama global yapımızla entegre bir sistem geliştirerek kendi prosedürlerimizi oluşturduk.

Şirketlerde kadın çalışan oranları konusunda ne düşünüyorsunuz?

SİNEM AFACAN: Kurumsal şirketler, son 10 yılda kadın çalışan oranlarını artırmaya yönelik çok ciddi projeleri hayata geçirdiler ve bu konuda çalışmaya da devam ediyorlar. Kurumsal yapılardaki yönetim ekiplerinde kadın/erkek dengesinin kurulmasının, özellikle karar alma süreçlerinde ve iş performansında çok olumlu katkı sağladığı zaten açıkça görülüyor. Bunun gibi farkındalıklar sayesinde bazı sektörlerde kadın oranı güzel bir ivme kazandı. Ayrıca, kadın yöneticilerin oranı da kayda değer bir yükseliş gösterdi. Deloitte'un 2018 yılında yaptığı bir araştırmaya göre, bu yükselişte teknoloji şirketlerindeki kadın yöneticilerin payı büyük. Peki, kadınlar neden teknoloji sektörünü tercih ediyor? Eğitimlerinin bu sektöre yönelik olması dışında, bu sektörü geleceği olan bir sektör olduğu için bilinçli olarak tercih ediyorlar. Bu da sektörün kadın egemen bir noktaya gelebileceğini gösteriyor bize.

Redington Türkiye'nin kadın istihdamına yönelik yaklaşımı ve kadın çalışan oranı nedir?

SİNEM AFACAN: Redington Türkiye'nin geçmişini araştırdığımda, özellikle son bir yılda çok iyi bir artış yakaladığımızı görüyorum. Şu anda çalışanlarımızın yüzde 40'ı kadın ve önümüzdeki yıllarda bu oranı rahatlıkla eşitleyebileceğimize inanıyorum. Yönetici kadromuza baktığımda 3 yöneticiden 1'inin kadın olduğunu görüyoruz. Bizim çapımızdaki bir kuruluş için bunların çok iyi oranlar olduğunu söyleyebilirim. Biz Redington Türkiye'de sadece deneyimine bakarak, şirkete ve pozisyona sağlayacağı katkıya bakarak işe alım yapıyoruz. Ücretlendirme politikasında da iç dengelerimize ve piyasa ücret yapısına uygun teklifler vererek ilerliyoruz. Cinsiyetin, evli olup olmamasının ya da çocuk yapma planlarının, kararlarımızda ve tekliflerimizde hiçbir etkisi bulunmuyor. Hayatın doğal döngülerini kadın için de erkek için de olduğu gibi kabul eden ve gerekli desteği, yasal hakları sağlayan bir yapımız var.
Şu anda teknik ekibimizde hiç kadın olmadığını da ekleyeyim. Sektörde uzmanlığıyla taktir gören, bilinen, çok güçlü bir ekibimiz var. Ancak, önümüzdeki dönemde marka sayılarımızın artmasıyla birlikte ekibi genişletmemiz gerekecek. Günü geldiğinde, işe alım stratejileri ile kadın uzmanları da ekibe dahil etmek istiyoruz. Çünkü her departmanda cinsiyet dengesinin iş verimliliğine çok olumlu katkıları olduğuna inanıyoruz.
Redington Türkiye olarak kadın meselelerine yönelik bir sorumluluk bilincimiz de var. 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nde bir sosyal sorumluluk projesi için de Pazarlama ve İletişim Yöneticimiz Billur İşcan ve ekibiyle birlikte çalıştık.

Redington

Redington Akademi

REDINGTON AKADEMİ İLE YETENEKLER YETİŞİYOR, SEKTÖR GELİŞİYOR.

Redington Akademi'de ders zili çaldı ve eğitimler çok büyük bir ilgiyle başladı. Sektörümüze yetenekli bireyler kazandırmak ve birikimlerimizi genç arkadaşlara aktarmak için gerçekleştirdiğimiz eğitimlerde uzman ekibimiz katılımcılara Temel Bilişim Teknolojileri alanındaki birikimlerini aktardı ve sahadan örneklerle eğitimlerin verimliliği artırıldı. Sektörümüze yeni yetenekler kazandırmak ve gelişimlerini desteklemek için eğitimlerimiz tüm hızıyla devam edecek.

www.redington.com.tr

BİR BAŞARI HİKAYESİ:

Kubernetes Dünyasının Parlayan Yıldızı: Diamanti

IT'deki olağanüstü hızlı dönüşüm ve her an katlanarak büyüyen veri, Kubernetes platformlarını gündeme getirirken, Diamanti bu konudaki uzmanlığı, geliştirdiği benzersiz çözümleri ve elde ettiği istisnai performans başarılarıyla öne çıkıyor. Türkiye, Orta Doğu ve Afrika Satış Yöneticisi Baki Aktürk'ten, Diamanti'nin, katlanarak artan IO sıkışıklıklarını ortadan kaldıran, IT maliyetlerini kısa zamanda ve çok ciddi oranlarda düşüren Kubernetes platformu hakkında bilgi aldık.

BAKİ AKTÜRK
Satış Yöneticisi
Diamanti Türkiye

> "En üst seviyede, benzeri olmayan, oyunu değiştiren bir üründen söz ediyoruz. Cloud Native mimariyi destekleyen bir Enterprise Kubernetes ve Bare-metal üzerinde çalışıyor. Yıkıcı/dönüştürücü bir ürün, sanallaştırmayla ilgili bilinen yöntemleri değiştiriyor."

Öncelikle sizden Diamanti hakkında bilgi alabilir miyiz?
BAKİ AKTÜRK: Diamanti, 2013 yılında Silikon Vadisi'nde kuruluyor. Kurucuları, daha önce Cisco UCS'in (Unified Computing System) geliştirilmesinde yer almış kişiler. IT dünyasındaki dönüşümlerin çok hızlandığı, verinin çok fazla büyüdüğü bir dönemde, sıkışıklıkların artık mikro işlemcilerde değil, veri işleyen mekanizmalarda yaşanacağını öngörüyorlar ve bu yönde ürünler geliştirmek istiyorlar. Ancak, çalıştıkları kuruluşta fikirleri kabul görmüyor. Bu durum ise yeni bir girişime, yani Diamanti'nin doğuşuna vesile oluyor. Bugün, Kubernetes alanındaki gelişmelere baktığımızda, Diamanti ekibinin o dönemde son derece başarılı bir projeksiyon yapmış olduklarını görüyoruz.

Diamanti nasıl bir ihtiyaca cevap veriyor?
BAKİ AKTÜRK: Artık monolitik uygulamalar devrini tamamladı. Dağınık yapılı, son derece karmaşık mimariler söz konusu. Bugüne kadar hiç olmadığı kadar büyük verilerle baş etmek zorundayız. Bu noktada Kubernetes teknolojileri IT yöneticilerine taze bir soluk vaadediyor. Kubernetes'i, uygulama dağıtımını, ölçeklendirmesini ve yönetimini otomatikleştirmek için açık kaynaklı bir konteyner düzenleme sistemi olarak tanımlamak mümkün. Geleceğin Linux'u olarak görülüyor. Kendi kendini yönetebilen sistemlere doğru bir gidiş bu. Zaten endüstri, ciddi yatırımlar yapılan IT altyapısının faydalarını maksimize edecek, en efektif kullanım şeklini kurgulayacak bir çözüm arayışı içindeydi. Diamanti, işte bu konuya farklı, inovatif bir bakış açısı getiriyor. Bu, yeni bir düşünce şekli aslında. Diamanti, bir taraftan uygulama katmanında dağınık yapılı mimarilere gidilirken, diğer taraftan katlanarak artan IO sıkışıklıklarını ortadan kaldıran bir Kubernetes altyapısı geliştiriyor.

2013 yılındaki kuruluşundan bu yana nasıl bir yol izledi Diamanti?
BAKİ AKTÜRK: 2015'ten itibaren Diamanti'nin Kubernetes altyapısı müşteri ortamlarında test edilmeye başlıyor ve 2017'den itibaren de ABD'de Fortune 100'de yer alan referans müşterilerde kullanıma geçiliyor. 2019 yılı, global organizasyonun başlatıldığı yıl oluyor. Satış ve destek ağı oluşturularak, küresel boyutta yaygınlaşma için harekete geçiliyor.

Türkiye pazarına ne zaman girdiniz?
BAKİ AKTÜRK: Benim 2019 yılı sonunda Diamanti ekibine katılmamla birlikte, Türkiye, Ortadoğu ve Afrika pazarına girilmiş oldu. 2020 yılı, aslında küresel çapta marka bilinirliğini sağlamak için pek çok adım atmamız gereken, pek çok etkinlik planladığımız bir yıldı. Ancak bildiğiniz gibi pandemi nedeniyle bu etkinlikleri gerçekleştiremedik ve hedeflerimizin gerisinde kaldık. Özellikle sorumlu olduğum bölgede marka bilinirliği açısından henüz bir referans yoktu. Hareket planımızı uygulamaya geçirebilseydik, bilinirlik açısından çok önemli bir yol kat etmiş olacaktık. Ne yazık ki bu mümkün olamadı.
Yine de bütün bu olumsuzluklara rağmen, pandeminin farklı bir itici bir gücü de oldu. 2020 yılı, özellikle Türkiye pazarında "microservices" mimarilerine taşınma konusunda çok ciddi inisiyatiflerin alındığı bir yıldı. Ciddi bir etkinlik gösteremediğimiz halde, bilinirliğimiz kendiliğinden oluşmaya başladı. Öyle ki 2021 PoC takvimimiz çok hızlı bir şekilde doldu. Artık sektördeki iş ortakları ve müşterilere ulaştığımızda, Diamanti hakkında ciddi bilgileri olduğunu görüyoruz. Halihazırda yürüyen projelerimiz de mevcut. Bunlardan biri, Redington Türkiye ekosistemi içerisinde yer alan NSC Bilişim. Bulut yatırımını yapmış, müşterilerine bulut üzerinden çeşitli servisler sunma hedefiyle Diamanti platformunu kurmaya karar vermiş bir teknoloji şirketi. Diğer projelerimizin de tamamlanmasını ve başarı hikayelerini sektörle paylaşmayı heyecanla bekliyoruz.

TASARIMLARI BELİRLEYEN BEŞ TEMEL PRENSİP

Diamanti'yi diğer Kubernetes platform sağlayıcılarından farklı kılan nedir?
BAKİ AKTÜRK: Bağlı olduğumuz 5 temel prensip var: Performans, Dayanıklılık, Güvenlik, Basitlik ve ROI yani yatırımın

> **Diamanti'nin IO algoritmaları, node başına saniyede 1 milyon IO performansını 100 mikrosaniyenin altında garanti ediyor. Bu da aklınıza gelebilecek en veri yoğun uygulamalarda, 10 ila 30 kat arasında performans iyileştirmesini tecrübe ettiğimiz anlamına geliyor.**

makul bir zamanda geri dönüşü. Bu başlıklarda özetleyebileceğim ilkelerimiz, tasarımlarımızı liderliğe taşıyor.
En üst seviyede, benzeri olmayan, oyunu değiştiren bir üründen söz ediyoruz. Cloud Native mimariyi destekleyen bir Enterprise Kubernetes ve Bare-metal üzerinde çalışıyor.
Yani çıplak metal üzerinde çalışan bir yapı. Yıkıcı/dönüştürücü bir ürün, sanallaştırmayla ilgili bilinen yöntemleri değiştiriyor. Diamanti'nin kendi geliştirmiş olduğu IO algoritmaları, node başına saniyede 1 milyon IO performansını 100 mikrosaniyenin altında garanti ediyor. Bu da özellikle aklınıza gelebilecek en veri yoğun uygulamalarda, 10 ila 30 kat arasında performans iyileştirmesini tecrübe ettiğimiz anlamına geliyor. Bunlar, gerçek ortamlardan aldığımız benchmark sonuçlarıdır. Çünkü laboratuvar ortamlarında bu rakam 100 katlara kadar ulaşabiliyor.

10 ila 30 kat iyileşme, IT yönetimi açısından ne anlama geliyor?
BAKİ AKTÜRK: Performansı 10 ila 30 kat iyileştirmek demek, toplam IT altyapınızı küçültmeniz veya o uygulamanın ihtiyaç duyduğu node sayısını, sunucu sayısını, CPU veya disk sayısını, yani bütünleşik olarak bunların tamamını azaltmak demek. Bir de Diamanti'nin sanallaştırma yaklaşımı sayesinde, üç ila beş yıllık projeksiyonlara baktığımızda, toplam sahip olma maliyetinde yüzde 75'lere varan tasarruflar sağladığımızı da görebiliyoruz. Yatırımın geri dönüşünü çok makul bir süreye indirebiliyoruz. Bu rakam da yönetimleri Diamanti'ye yatırım yapmaya daha kolay ikna ediyor.

Aslında şu ana kadar, biraz önce sözünü ettiğiniz beş prensipten ikisini, yani Performans ve ROI başlıklarını açıklamış oldunuz. Peki, geriye kalan dayanıklılık, güvenlik ve basitlik prensiplerini nasıl ifade ediyorsunuz?
BAKİ AKTÜRK: Dayanıklılık ile kast ettiğimiz, herhangi bir üçüncü parti araca ihtiyaç kalmadan "veri replikasyonu", "felaket kurtarma merkezi" veya "yedekleme" gibi faaliyetlerin tamamını gerçekleştirebiliyor olmamız. Platform olarak "by default" bir uygulamayla, herhangi bir şeyi atlamadan, daha dayanıklı bir yapı sunmuş oluyoruz. Güvenlik başlığına gelecek olursak, bu konudaki iddiamızı, geliştirmiş olduğumuz PCI Express kartlarına borçluyuz. PCI Express kartlar sayesinde, dışarıdan gelecek ataklara karşı ya da atak almış bir uygulama nedeniyle, diğer platformlarda bulunan uygulamalar veya veritabanları kilitlenmiyor. Yani, "noisy neighbours" dediğimiz gürültücü komşu yaklaşımını elimine etmiş oluyoruz. Diğer bir güvenlik özelliği ise verilerin taşınma esnasında ya da veri dinlenirken şifrelenebiliyor olmasından kaynaklanıyor. Bunu ister "volume" seviyesinde ister "drive" seviyede gerçekleştirebiliyoruz. Bu gibi konularda en büyük endişe gecikme yaşanmasıdır. Şifrelemelerde zaman kaybedilir. Diamanti ise çok yüksek bir IO performansı ile bunları gerçekleştirdiği için bir gecikme yaşanmıyor.
Basitlik prensibi ise kolay kullanımın yanı sıra kolay kurulum ve hemen kullanıma geçebilme özelliklerini ifade ediyor. Makineler gelip kabloları bağlandıktan en geç 15 dakika sonra, Cloud Native, Enterprise Kubernetes bir platform, Bare-metal üzerinde, müşterilerinize, hatta belirlediğiniz kiracılarınıza servis verebilecek, uygulamaları dağıtabilecek hale geliyor. Kullanımı basit, çünkü "intuitive", yani kullanıcı beklentilerine uygun geliştirilmiş, tamamen görsel bir arayüzümüz var. Gösterge paneli çok güçlü. Bütün altyapının görüntülenmesi, otomasyonu, yönetimi bu panel üzerinden yapılabiliyor.

TEK DİSTRİBÜTÖRÜMÜZ REDİNGTON

Redington Türkiye ile nasıl bir iş ortaklığınız var?
BAKİ AKTÜRK: Şunu öncelikle vurgulamak istiyorum, Diamanti her ne kadar global satış ve destek organizasyonunu tamamlamış olsa da ciddi anlamda bir mühendislik şirketidir. Müşterilerinin sorunlarını kendilerine sorun edinen bir Ar-Ge ekibimiz var. Ürün ve destek ekiplerimiz de aynı yaklaşıma sahipler. Redington Türkiye'nin yapılanmasına duyduğumuz güvene de dayanarak, şunun garantisini veriyorum: Müşterilerimiz destekle ilgili herhangi bir konuda, bir gecikme ya da sorun yaşamayacaklar.
Şu anda tek distribütörümüz Redington Türkiye. Öyle kalmasını da tercih ediyoruz. Redington Türkiye'yi ve hizmet kalitesini, teknik uzmanlığını, ekosisteminin gücünü çok uzun süredir biliyoruz, tanıyoruz. Redington Türkiye'nin portföyünde çok önemli bir kısmı tamamladığımızı düşünüyoruz. Ayrıca Redington, performans geliştirme anlamında kendimizi tamamlayıcı olarak tanımladığımız markalarla çalışıyor. Red Hat ve Splunk ile ABD pazarında çok güçlü bir iş ortaklığımız var. "Data streaming" tarafında önde gelen şirketlerden NBC Universal Studio'da hayata geçirdiğimiz bir proje ile Splunk'ın indeksleme hızını, 24 kat artırdık. Bununla beraber data hızındaki artıştan dolayı data saklama oranlarını azaltmak gibi çok daha detaylı konular da gündeme geldi bu projede. Toplam sahip olma maliyetinde yüzde 80'e yakın bir tasarruf elde edildi. Diamanti üzerinde Red Hat'in OpenShift'ini çalıştırarak benzer faydalar üreten başka projeler de var. Red Hat, Diamanti tarafında bu sene çok ciddi bir genişleme yaptı. "Birlikte daha iyiyiz" sloganıyla onlarla da yol arkadaşlığımızı sürdürüyoruz.

> "Diamanti, portföyümüzdeki önemli bir eksiği tamamlarken, geliştirmiş olduğu benzersiz teknoloji, sağladığı performans, dayanıklılık, güvenlik, basitlik ve ROI değerleri ile IT ekiplerinin aradığı Kubernetes platformunu sunuyor. Pandemi döneminde mikroservis mimariye yönelik taleple birlikte, Diamanti'ye ilgi de çok arttı. Yılın ilk altı ayında olduğu gibi ikinci yarıda da Diamanti için çok yoğun bir PoC ve demo takvimimiz bulunuyor. Diamanti'nin özellikle Red Hat ve Splunk markalarımızla global çaptaki iş ortaklıkları, Diamanti'yi Türkiye'de tanıtmamızda çok önemli bir avantaj sağlıyor."
>
> **CENK SOYLUOĞLU**
> İş Birim Yöneticisi
> *Redington Türkiye*

> **Performansı 10 ila 30 kat iyileştirmek demek, toplam IT altyapınızı küçültmeniz veya o uygulamanın ihtiyaç duyduğu node sayısını, sunucu sayısını, CPU veya disk sayısını, yani bütünleşik olarak bunların tamamını azaltmak demek.**

BİR BAŞARI HİKAYESİ:

LC Waikiki, Hitachi All-Flash Solutions ile Büyüyor

AYŞEN GÜNEY
Altyapı ve Destek Direktörü
LC Waikiki

> “Hitachi Vantara'nın esnek, yüksek performanslı, stabil ve güvenli çözümü, bize büyürken gerekli desteği sağlıyor. Böylece, kesintisiz ve sorunsuz bir lojistik operasyon yürütebiliyoruz. Bu da rekabetçi moda sektöründe bize önemli bir avantaj sağlıyor.”

LC Waikiki, Hitachi All-Flash Solutions altyapısı sayesinde, global çaptaki büyüme hedeflerine emin adımlarla ilerliyor.

İŞ HEDEFLERİ

En büyük tekstil perakendecilerinden biri olan LC Waikiki, Türkiye'deki merkezinden tüm bölgeye hizmet veriyor. Herkesin iyi giyinme hakkının olduğuna inanan firma, kaliteli ürünleri uygun fiyatla tüketici ile buluşturmayı hedefliyor. Günümüzde 43.200 çalışanı olan LC Waikiki 45 farklı ülkede 950 mağaza ile hizmet veriyor. 2023'te Avrupa'nın en iyi üç moda perakendecisinden biri olmayı hedefliyor.

Bu hedefe ulaşmak için firmanın her yıl %25-30 büyüme gerçekleştirmesi ve giderek artan müşteri taleplerine yanıt vermesi gerekiyor. LC Waikiki altyapı ve destek direktörü Ayşen Güney, “Giyim perakende pazarında çok büyük bir rekabet söz konusu. Başarılı olmak için çok iyi bir lojistik operasyonunuz olması gerekli. Doğru ürün doğru zamanda doğru mağazada olmalı. Herhangi bir gecikme müşteri sadakatini, firmanın imajını zedeliyor ve doğal olarak da satışlara yansıyor” diyor.

Dağıtım, satış, müşteri davranışları, stoklar, müşteri geri bildirimi... Bunların hepsi çok önemli veriler. LC Waikiki'nin IT Depolama ve Veritabanı Yöneticisi Gökhan Belindir de moda ve tekstil pazarının çok hızlı değişen bir pazar olduğuna dikkat çekiyor ve verinin kritik önemine şu sözlerle değiniyor: “Müşteri tercihlerinin değişimine paralel olarak firmaların da kendisini hızla değiştirmesi gerekiyor. Dolayısıyla pazardaki değişimlere ayak uydurabilmek için yeni stratejiler geliştirmek durumundayız ve bunun için gerekli olan verinin doğru ve güvenli bir şekilde depolandığından, hızlı bir şekilde erişilebildiğinden emin olmalıyız.”

HEDEFLERE ULAŞTIRACAK BİR BT ALTYAPISI

LC Waikiki, söz konusu büyüme stratejisi kapsamında önce BT varlığını gözden geçirdi ve görev-kritik SQL veri tabanı ve ürün dağıtım planlama uygulamalarının baskı altında kalmaya başladığını tespit etti.

“Fiziksel ve online mağazalarımızın sayısı arttıkça veri miktarı da artıyor” diyen, LC Waikiki Altyapı ve Destek Direktörü Ayşen Güney, bu verinin aynı zamanda LC Waikiki yönetiminin daha hızlı ve daha iyi karar alabilmesi için de kritik önem taşıdığını belirtiyor.

Avrupa'nın en iyi üç moda markasından biri olmak için operasyonlar hızlı olmalıydı ve çabuk tepki verilebilmeliydi. Böylece, depolardan mağazalara dağıtım sırasında gecikmelerin yaşanmaması için, veriyi hızla erişilebilir kılmak ve güvende durmasını sağlamak üzere altyapının yenilenmesine karar verildi.

ÇÖZÜM

LC Waikiki altyapı yenilemesi için bir ihale açtı ve sektörün üç lider firmasını davet etti. Güney, “Hitachi'nin sunduğu güvenlik, performans ve yüksek teknolojiden etkilendik. Özellikle Hitachi patentli flash sürücülerin (FMD) performansı etkilemeden verilerimizi sıkıştırmaya imkân vermesi çok işimize yaradı” diyor.

Hitachi Vantara projede kurulum ve premium destek servislerini sağladı. Bunların arasında yeni mimariyi uygulamak ve verileri transfer edip 7/24 saha içinde destek hizmeti vermek de vardı. Güney “Yeni mimarinin uygulanması, 7/24 Sahada Destek ve Veri Transferi, yerel Hitachi

FAYDALAR

- >> **IT altyapısı basitleştirildi.**
- >> **Maliyetler ve kaplanan alan azaldı.**
- >> **Karar alma süreçleri iyileştirildi ve hızlandı.**
- >> **Veri tasarrufları elde edildi ve yönetim görevleri azaltıldı.**
- >> **PROD / DR sitelerinde güvenli kopyaların saklanması mümkün oldu.**
- >> **Büyüme planları altyapı tarafından da desteklenir hale geldi.**

Vantara ekibinin desteği ile sorunsuz bir şekilde uygulandı" diyor.
Hitachi Virtual Storage Platform (VSP) G serisi ve All-flash VSP F serisi, LC Waikiki'nin karar verme süreçlerini ve ürünlerin mağazalara dağıtımını kontrol eden kritik hizmetlerin temelini oluşturuyor.
Çözümde ayrıca Hitachi Advanced Server platformu kullanıldı. Virtual Storage Platform G400 ve Hitachi NAS Platform (HNAS) sistemlerinin sağladığı dosya paylaşımı ve yerel uygulamalar için veri ambarı kullanıldı.
İş uygulamalarını optimize etmek için veri depolama performans yönetimi ve bakımı Hitachi Infrastructure Analytics Advisor (HIAA) tarafından gerçekleştirildi. Veri koruma ve yönetimi de Hitachi Data Instance Director (HDID) uygulamasına emanet edildi. Bu yazılımlar sayesinde LC Waikiki disk klonlama ve yedekleme işlemlerini daha kolay halleder oldu. İlerleyen dönemlerde ise PROD / DR siteleri için Commvault'un birinci kademe ve uzun vadeli yedekleme hedefi kapsamında Hitachi Content Platform (HCP) sağlandı ve eski blok depolaması Hitachi Virtual Storage Platform (VSP) 5500 ile yenilendi. Ayrıca Hitachi FCIP Router kuruldu. Projenin bu fazında, fidye yazılımı koruması, Commvault ile uyumluluk ve alan verimliliği öne çıkan faydalar arasındaydı.

SONUÇ

LC Waikiki Hitachi Vantara sayesinde altyapısını hem sadeleştirdi hem de tek noktada toplamayı başardı. Veri tabanı sorgulamaları büyük ölçüde hızlandı. Lojistik daha kolay ve daha hızlı hale geldi, envanter kontrolü daha iyi yapılır oldu. Güney, "Yeni altyapı lojistik operasyonlarımızı hızlandırdı ve stoklarımızdaki ürünleri mağazalara daha hızlı göndermeye başladık" diyor ve ekliyor: "Kazanılan bu zamanı da karar süreçlerinde kullanıyoruz ve bu sayede daha geniş bir ürün yelpazesi üretme imkanını kazandık."

> **"Yeni altyapı lojistik operasyonlarımızı hızlandırdı ve stoklarımızdaki ürünleri mağazalara daha hızlı göndermeye başladık. Kazanılan zamanı karar süreçlerinde kullanıyoruz ve bu sayede daha geniş bir ürün yelpazesi üretme imkanı buluyoruz."**

Amaç:

Miyadını doldurmak üzere olan altyapıyı, yeni büyüme planları ve artan veri miktarına yanıt verecek şekilde güncellemek. Bu doğrultuda eski disk sürücüleri ve eski depolama altyapısını değiştirerek, bir yedekleme modernizasyonu ve teknoloji yenileme projesi gerçekleştirmek.

Çözüm:

Esnek, yüksek performanslı ve güvenilir All-Flash depolama çözümleri.

LC Waikiki IT Veri Depolama ve Yedekleme Uzmanı Abdurrahman Erol da, "All-flash çözümüne geçtikten sonra farklı departmanlarda çalışan elemanlarımız veriye artık daha hızlı erişebildiklerini belirttiler" diyor.
Stok kontrolünün iyileştirilmesi sayesinde müşteriler artık mağaza raflarında aradıkları her şeyi bulabiliyorlar. LC Waikiki yeni altyapıya geçtikten sonra mağazadan satın alma yapmadan çıkan müşteri sayısında da bir düşme gözlemlendi. Müşteri sadakatinin artması, LC Waikiki'nin rekabette kendi pazar payını koruması ve geliştirmesi anlamına geliyor. FMD'nin veri sıkıştırma imkânı sunması sadece maliyetleri düşürmekle de kalmıyor. Hitachi All-flash veri depolama çözümleri performansı da artırıyor. Veri depolamanın sanallaştırılması, işlemleri kolaylaştırıyor ve yönetimi tek noktada toplamaya imkân veriyor. Uyarlamalı veri azaltma servisleri, veri depolama için gerekli olan kapasiteyi minimize ediyor ve enerji tüketimini düşürüyor. Bunun yansıması daha uygun maliyetli barındırma, enerji ve soğutma hizmetleri oluyor.
LC Waikiki'de kurulan yeni Hitachi altyapısı sayesinde firma artık ciddi büyüme hedeflerine doğru daha emin adımlarla ilerliyor. Güney son olarak "Hitachi Vantara çözümü esnek, yüksek performanslı, kararlı ve güvenli bir çözüm. Büyümemiz için gerekli olan desteği sağlıyor ve kesintisiz, problemsiz lojistik operasyonlarını garanti ediyor. Bu da rekabetçi perakende sektöründe başarının anahtarlarından biri. Hitachi'ye güveniyor ve artık firma olarak işimizi geliştirmek ve gelecek hedeflerimize doğru ilerlemek için yoğunlaşıyoruz" diyor.

LC WAIKIKI BAŞARI HİKAYESİ

ENDÜSTRİ

- Perakende

ÇÖZÜM

- Sınır Bilişimden Buluta Veri Altyapısı
- Veri Depolama
- All-Flash Çözümleri
- Veri Koruma
- Fidye Yazılım Koruması

DONANIM

- Hitachi Virtual Storage Platform G1500 ve VSP G400, Hitachi NAS Platform (HNAS)
- Hitachi Virtual Storage Platform F900
- Hitachi Virtual Storage Platform (VSP) 5500
- Hitachi Content Platform HCP
- Hitachi FCIP Router

YAZILIM

- Hitachi Data Instance Director
- Analyzer

SERVİSLER

- Hitachi Vantara'dan Hizmet Alımı
- Redington Türkiye Premium Destek Hizmetleri

“Redington Türkiye, Faaliyetlerimizde Merkezi Bir Rol Üstleniyor”

ÖZLEM KÖKLÜ AVCI
Kıdemli Kanal Müdürü
Hitachi Vantara

“Makine Öğrenmesi ve Yapay Zekâ'yı destekleyen, değer yaratan veri yönetimi çözümlerimiz sayesinde, müşterilerimizin verilerini saklamalarına, korumalarına ve maddi değere dönüştürmelerine yardımcı oluyoruz.”

Hitachi Vantara, uzun süredir yüksek performanslı veri depolama alanında altın standardın belirleyicisi konumunda ve artık bu standartları orta ölçekli depolama segmentine de taşıyor. Kuruluşun Kıdemli Kanal Müdürü Özlem Köklü Avcı, hem bu yeni gelişmeyi hem de içinden geçtiğimiz süreci ve Redington Türkiye ile iş birliklerini değerlendirdi.

Sizden öncelikle Hitachi hakkında kısa bir bilgi alabilir miyiz ve hemen ardından da Hitachi Vantara'nın özellikle Türkiye'de hangi alanlarda öne çıktığına değinebilir misiniz?
ÖZLEM K. AVCI: Hitachi 1910 yılında Japonya'da kurulmuş global bir şirket. Şirketin ismi 'yükselen güneş' anlamına geliyor. Kurulduğu şehir Hitachi'den alıyor ismini. Yaklaşık 80 milyar dolar ciro, 3 milyar dolara yakın Ar-Ge harcaması yapan ve 300 bin kişinin çalıştığı bir Fortune 100 şirketi. Faaliyet gösterdiği beş ana iş kolundan en önemlisi bilişim teknolojileri ve bu alanda Hitachi Vantara öne çıkıyor. İkinci önemli iş kolu mobilite. Mobilite ile ilgili benzersiz çözümleri var. Raylı sistemler, trenler, monoraylar, metrolar, sinyalizasyon çözümleri bu kapsamda. Hitachi, raylı sistemlere ait her konuda çözüm geliştiriyor.
Biz de Türkiye'de Hitachi Vantara olarak müşterilerimizin satışlarını ve operasyonel verimliliklerini arttıracak çözümler sunuyoruz. Verinin önemini kavrayan ve doğru kullanmayı hedefleyen firmalar için stratejik bir çözüm ortağıyız. Çünkü bu çözümleri ortaya koyarken, bir endüstri devi olan Hitachi'nin operasyonel teknoloji konusundaki tecrübesini de sunuyoruz. Örneğin, imalat sektöründe, öngörülebilir bakım konusunda yaptığımız çalışmalar sayesinde, yıllık gelirler üzerinde yüzde 4'lük bir iyileşme sunuyoruz. Buna süreçlerin düzeltilmesi, arızalı ya da hatalı ürünlerin azalması, kesintiden dolayı işçilere ekstra para ödenmemesi gibi kalemler dahil.
Makine Öğrenmesi ve Yapay Zekâ'yı destekleyen, değer yaratan veri yönetimi çözümlerimiz sayesinde, müşterilerimizin verilerini saklamalarına, korumalarına ve maddi değere dönüştürmelerine yardımcı oluyoruz.

Dünya Covid 19 salgını nedeniyle zorlu bir süreçten geçerken, sizce merkeze hangi teknolojiler, hangi özellikleri nedeniyle oturdu?
ÖZLEM K. AVCI: Covid-19, tüm dünyayı etkilediği gibi hem bizim ve müşterilerimizin hem de üreticisiyle kullanıcısıyla tüm sektörün hayatını etkiledi. Bu dönemde, senelerdir kullandığımız dijital dönüşüm kavramı hiç olmadığı kadar öne çıktı. Covid-19, dijital dönüşümü hızlandırmak için ciddi bir güç oldu. Beraberinde veri hızla büyüdü ve veriye ulaşım, verinin yönetimi, verinin kalitesi ve paraya dönüştürülebilirliği büyük önem arz etti. Özetle, bu dönüşümle birlikte büyüyen veriyi saklamak, yönetmek, veriyi paraya çevirmek artık en büyük önceliğimiz.
İşte bu noktada, Hitachi Vantara olarak Yapay Zekâ ve Büyük Veri çözümlerimiz öne çıkıyor. Ürünlerimizi üç ana segment çerçevesinde sunuyoruz. Bunlardan ilki Veri Depolama. Veri Depolama, pandemi döneminde büyüyen veri ile inanılmaz bir ihtiyaç haline geldi. İkinci segment Veri Yönetimi ve burada da Object Storage çözümlerimiz bulunuyor. Bir üçüncü segment olan Veri Analitiği kapsamında ise Analytics ürün ailemizi görüyoruz. Burada Pentaho ile hem bir analitik çözümden, hem de bu analitik süreçte uçtan uca destek olan Lumada platformumuzdan bahsediyoruz. Covid-19 salgınının etkileri devam ederken, bütün bu ürün ve çözümlerimizle, müşterilerimizin veriyi daha efektif hale getirmelerini sağlıyoruz. Böylece onlar işlerine odaklanabilirken, verileri de güvenle depolanıyor, yönetiliyor, analitik çalışmalara konu edilebiliyor. Tabii Yapay Zekâ'nın yanı sıra Nesnelerin İnterneti de bu süreçte önemli bir rol oynuyor. Covid-19'un hızlandırıcı

etkisiyle birlikte Endüstri 4.0'a doğru yol alırken, Nesnelerin İnterneti kapsamındaki çözümleri hayata geçirmek ve makinelerin birbiri ile iletişim halinde olduğu ortamları yaratmak, Hitachi Vantara olarak bizim de önceliklerimizden.
Sadece veriyi depolayan bir şirket değiliz, o veriyi işleyen, o veriden anlamlı sonuçlar çıkaran bir üreticiyiz. Ayrıca, Hitachi şemsiyesi altında baktığımızda Identity Management ve Mobilite çözümleri de öne çıkıyor. Hitachi'nin sağlık ve güvenlik tarafında da çok ciddi yatırımları var. Hitachi çatısı altında olmanın sağladığı sinerjiyi de kullanarak, Türkiye'de sağlık ve güvenlik sektörlerinde fark yaratan projeler gerçekleştirmek niyetindeyiz.

Hangi alanlarda hangi kurumsal faydaları yaratıyorsunuz müşterilerinize? Hayata geçirdiğiniz çarpıcı projelerden örnekleyebilir misiniz?
ÖZLEM K. AVCI: Müşterilerimizin, operasyonel teknoloji uzmanlığımızdan ve dijital yolculuklarını hızlandırmak için geliştirdiğimiz yaratıcı yaklaşımlarımızdan yararlanmaları mümkün. Kurumsal müşterilerimize, kanıtlanmış yöntemlerimiz ve gelişmiş araçlarımızla, verimliliklerini geliştiren, teslimat hızını artıran, nihayetinde daha iyi ve hızlı iş sonuçları sağlayan çözümler üretiyoruz. Vizyoner bir üretici olarak, "dönüşümü hızlandırmak", "veri silolarını ortadan kaldırmak" ve "dijital inovasyon için Üretim 4.0'a olan yolculuğumuzu hızlandıracak bir temel oluşturmak" gibi hedeflerimiz doğrultusunda Türkiye için çalışmaya devam ediyoruz.
Türkiye'den, Veri Analitiği kapsamında Tüpraş'ta ve Veri Yönetimi ve Felaket Kurtarma kapsamında DenizBank'ta gerçekleştirdiğimiz iki projeyi bu anlamda örnek verebilirim. Her iki projede de vizyoner yaklaşımımızı destekleyen faydaların ortaya çıktığını görmekten memnuniyet duyuyoruz.

ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELER İÇİN VSP E SERİSİ

Pandemi döneminde veri hacimlerinde kaydedilen artışın BT bütçelerine kıyasla neredeyse iki kat daha hızlı olduğu günümüzde, verileri depolamak, hem müşterilerin hem de uygulamaların kullanımına sunmak zorlu bir görev haline geldi. Bu ortamda, sınırlı kaynaklarla ve az sayıda BT personeliyle faaliyet gösteren orta ölçekli kuruluşlar, veri depolama masraflarını azaltan ve etkinliği artıran güvenilir çözümlere ihtiyaç duyuyorlar. Hitachi Vantara'nın yeni çözümleri, müşteriler ve iş ortakları için sunduğu olağanüstü değer ve fiyat avantajı sayesinde orta ölçekli kuruluşların en önemli ihtiyaçlarına yanıt veriyor.

Hitachi Vantara uzun süredir yüksek performanslı veri depolama alanında altın standardın belirleyicisi konumunda ve artık bu standartları orta ölçekli depolama segmentine de taşıyor. E Serisi orta ölçekli kurumsal ürünler, VSP 5000'in başarısını garanti ederek, en ileri yetkinlikleri ve akıllı yazılımları içeriyor. Üstelik bu özellikler, uygun fiyat düzenlemeleri ve geliştirilmiş kullanım kolaylığı avantajıyla destekleniyor.

Hitachi Vantara'nın özel tasarlanan yeni VSP E Serisi çözümleri ve Storage-as-a-Service bulut hizmeti, orta ölçekli işletme pazarına yoğunlaştırdığı faaliyetler açısından, iş ortağı ekosistemine kritik bir rol biçiyor.

İş ortaklarınızla birlikte 2021 yılı için öncelikli gördüğünüz bir büyüme alanı var mı?
ÖZLEM K. AVCI: Hitachi, büyük kurumsal yapıların veri merkezlerinde zaten önemli bir yer tutuyor. Telekom, finans, üretim sektörlerinde ciddi sayıda müşterimiz bulunuyor. Bugüne kadar, sunduğumuz performansa en çok bu sektörlerin ihtiyaç duyduğu gibi bir algı oluşmuştu. Ancak verinin büyüme hızı, verinin saklanması için ayrılan BT bütçelerinin bir anda iki katına çıkmasına neden oldu. Bu hız, mevcut yatırımlarla yönetilemeyecek, daha yüksek performans gerektiren bir veri yığını oluşturdu. Dolayısıyla biraz önce de söz ettiğim gibi büyüyen veriyi daha verimli ve doğru şekilde depolama ve yönetebilme ihtiyacı arttı.
Geçtiğimiz aralık ayında tüm dünyada, oldukça rekabetçi bir fiyat yaklaşımı ile E Serisi ürünlerimizin duyurusunu yaptık. Bu ürün grubu ile büyük kurumsal müşterilerimizin kullandığı makinelerimizdeki performansı, orta ölçekli kurumsallara da sunabilir hale geldik.
Fiyatlar, bildiğiniz gibi 2021 yılında çok daha önemli hale geldi. Biz de fiyat/performans değerlerimizle bu alanda da hızla yeni müşteriler elde etmeye başladık. Hitachi Vantara olarak büyük kurumsallar tarafında, çok mutlu bir müşteri kitlesine sahibiz. Sahip oldukları performanstan, satın aldıkları makineden memnunlar. Hatta, veri merkezine kurulduktan sonra makineyi neredeyse unutuyorlar. Disk değiştirmek dışında herhangi bir bakım maliyetine katlanmaları gerekmiyor. İşte biz, aynı başarıyı orta ölçekli kuruluşlarda da iş ortaklarımızla birlikte yeni ürünlerimizle elde etmeyi hedefliyoruz. 2021 yılını orta ölçekli kuruluşlar segmentinde büyüme yılı olarak görüyoruz.

Bu yıl, yol haritanızda başka neler var?
ÖZLEM K. AVCI: Zaten ciddi bir müşteri bazımızın olduğu büyük kurumsal müşterilerde de farklı yeni ürünlerimizle derinleşmeye devam ediyoruz. Aralık lansmanımızda sadece depolama ürünlerimizi duyurmadık. Aynı zamanda "Storage as a Service" olarak adlandırdığımız, Veri Depolama servislerini de sunmaya başladık. Malum, pandemiyle birlikte bulut çözümlerine ilgi de fazlasıyla arttı. Dolayısıyla Bulut Servislerimiz de 2021 yol haritamızda çok ciddi bir pay aldı. Diğer taraftan Analitik ve Yapay Zekâ tarafında da yeni müşteri kazanımlarımız devam ediyor. Üretim sektöründe, Pentaho ürünümüzle hizmet ve destek verdiğimiz çok büyük bir müşterimiz var. Verilerin farklı platformlardan toparlanıp, kamera datasının ERP datası ile birleştirildiği, analitik çalışmalarla verinin gerçek anlamda paraya dönüştürüldüğü bir çalışma yürütüyoruz.

İş ortağı ağınız ve büyüme hedefiniz hakkında bilgi verebilir misiniz?
ÖZLEM K. AVCI: Biz, tüm faaliyetlerimizi iş ortaklarımız üzerinden yürütüyoruz. Sayıları 40'a yaklaşan iş ortağı ağımız bulunuyor. En önemli hedeflerimizden biri, iş ortaklarımızın daha da güçlenmesi, ürünlerimizi pozisyonlama konusundaki yetkinliklerinin artması ve projeleri bizden bağımsız yönetebilir

VERİ DEPOLAMADA BULUT SERVİSLERİ

Pandemiyle birlikte bulut çözümlerine ilgi tüm dünyada arttı. Hitachi Vantara da "Storage as a Service" olarak adlandırdığı Veri Depolama servislerini 2021 yılı itibariyle sunmaya başladı.

> **"Büyük ölçekli kurumsal şirketler tarafında çok mutlu bir müşteri kitlesine sahibiz. Sahip oldukları performanstan, satın aldıkları makineden memnunlar. Disk değiştirmek dışında herhangi bir bakım maliyetine katlanmaları gerekmiyor. İşte biz, aynı başarıyı orta ölçekli kuruluşlarda da iş ortaklarımızla birlikte yeni ürünlerimizle elde etmeyi hedefliyoruz."**

hale gelmeleri. Bunun için gerekli destekleri de sağlıyoruz.
Bu yıl, E Serisi ürünlerimizle birlikte iş ortaklarımızla çok daha yakın çalışma imkânı buluyoruz. Daha önce çok ciddi bir pazar payımızın olmadığı orta ölçekli müşteri segmentinde hep birlikte büyümeye başladık.
Yeni serimiz, yüksek performans sağlarken, müşterilerimizin büyüyen veriyi en efektif koşullarda, bakım maliyetlerini minimuma indirerek yönetmesini sağlıyor. Bu bizim için yılın en önemli gelişmelerinden biriydi. 2019'dan 2020'ye baktığımızda, orta ölçekli depolama pazarının yüzde 2 küçüldüğünü görüyoruz. 2020'den 2021'e doğru ise bu pazarın yüzde 8 büyümesi bekleniyor. Bu pazarın büyüme hızını yakalamak, hatta pazarın büyüme hızından daha hızlı büyüyebilmek için, iş ortaklarımızla birlikte E Serisi ürünlerimizle çalışmalar başlattık. Lansmanın hemen ardından iş ortaklarımız için özel kampanyalar, programlar duyurduk. İş ortağı ağımızın bu ürünlere çok hızlı tepki verdiğini de gördük.

Redington Türkiye'ye bu noktada nasıl bir rol biçiyorsunuz?

ÖZLEM K. AVCI: Redington Türkiye, her anlamda merkezi bir role sahip. Redington Türkiye, katma değerli distribütör kimliğiyle, iş ortaklarının ürünlere kanalize edilmesi, eğitimlerinin tamamlanması, gerekiyorsa pazar analizlerinin yapılması, bölgesel yoğunluğumuzu artıracak iş geliştirme faaliyetlerinin düzenlenmesi konularında çok kritik bir role sahip. Redington Türkiye ile birlikte oldukça iyi çalışan bir sistem kurmuş durumdayız.
Redington Türkiye'nin aynı zamanda Hitachi Vantara'nın Türkiye'deki yetkili eğitim merkezi olduğunu da belirtmek isterim. Bu kimliği de Redington Türkiye'yi hem bizim için hem de iş ortaklarımız için oldukça önemli hale getiriyor. Veri büyürken ve BT yatırımları artarken, eğitim ihtiyaçları da çığ gibi büyüyor. Tabii pandemi ile birlikte yüz yüze eğitimler tamamen online eğitimlere döndü. Redington Türkiye de Hitachi'nin yetkili eğitim merkezi olarak, bütün eğitimlerini online verebilecek şekilde altyapısını hızla dönüştürdü. Böylece sadece Türkiye'den değil, çevre ülkelerden de eğitimlere katılım için talep arttı. Pandeminin başında, eğitimlerimizi ücretsiz de verdik. Bu yaklaşım, özellikle evlere kapandığımız ilk dönemde müşterilerimize ve iş ortaklarımıza ulaşmamızda çok etkili oldu.
Redington Türkiye bünyesinde, bölgedeki sayılı eğitim merkezlerinden birine sahip olmaktan büyük memnuniyet duyuyoruz.

CENK SOYLUOĞLU
Satış Direktörü
Redington Türkiye

"Dört yıldır Hitachi Vantara'nın dağıtıcısıyız ve her yıl üreticimizin Türkiye'deki açılımlarına ve büyümesine tanıklık ediyoruz. 2021, bizim için özellikle orta ölçekli Hitachi Vantara ürünlerinin ajandamızda önemli yer tuttuğu bir yıl oluyor.

Hitachi Vantara, E Serisi lansmanıyla birlikte, 2021 yılında ürün gamını oldukça radikal bir şekilde geliştirdi ve çeşitlendirdi. Bu yeni ürün yaklaşımı sayesinde artık daha fazla iş ortağına dokunmamız ve bu iş ortaklarıyla yeni müşterilere ulaşmamız mümkün oluyor. Redington Türkiye olarak bu yıl, Hitachi Vantara'nın vizyonu ve ihtiyaçları doğrultusunda iş ortaklarımızı eğitmek, motive etmek, onlarla beraber iş geliştirmek ve iş yapmak adına pek çok faaliyette bulunuyoruz."

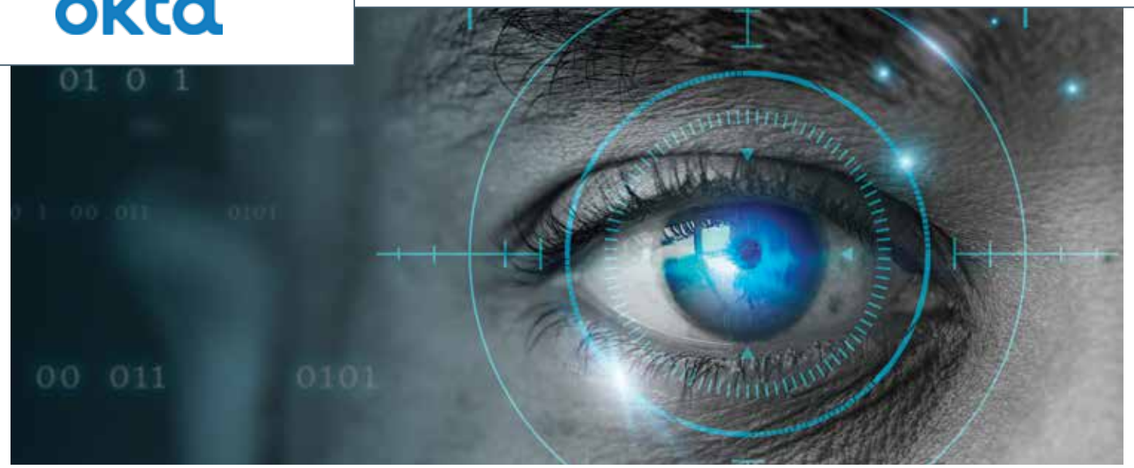
Redington | HITACHI Inspire the Next

ORTA SINIF DEPOLAMADA SAHNE ONUN!

Yeni E-Serisi ile Hitachi Kalitesi Şimdi Daha Uygun Fiyatlarla

Hitachi, büyüme odaklı işletmelerin çevikliğini artırmak ve inovasyona hız kazandırmak için "E Serisi" depolama çözümlerine bütçe dostu fırsatlarla erişmenizi sağlıyor. Gelin sizde işletmeniz için en yenilikçi çözümlerle size özel ücretsiz demo fırsatlarıyla tanışın, şirketinizin büyüme hızında fark yaratın.

Bilişim ekosisteminin birleştirici gücünü yakından tanımak için,
redington.com.tr • 0216 316 50 50



Okta ile İş Birliği Genişliyor

Okta'nın üstün performans ve kullanım kolaylığı sağlayan sınıfının en iyisi kimlik ve erişim yönetimi çözümlerinin dağıtımını Redington Türkiye yürütüyor.

Teknoloji alanında Türkiye'nin en köklü distribütörlerinden biri olan Redington Türkiye, kimlik ve erişim yönetimi alanında dünyanın önde gelen şirketlerinden Okta'nın Türkiye yetkili distribütörü. 2020 yılında başlayan ve daha kapsamlı hale gelen iş birliği dahilinde Redington Türkiye, Okta'nın Single Sign-On (Çoklu Oturum Açma), Universal Directory, Advanced Server Access (Gelişmiş Sunucu Erişimi), API Access Management (API Erişim Yönetimi), User Managemet (Kullanıcı Yönetimi), B2B Integration (İşletmeler Arası Entegrasyon) ve Lifecycle Management (Yaşam Döngüsü Yönetimi) gibi tüm ürün ve hizmetlerini ülkemizde iş ortakları ve kurumsal müşterilerinin hizmetine sunuyor.

Okta ile 2020 yılından bu yana yürütülen iş birliğinin artarak devam etmesiyle Türkiye'de sunulan ürün ve hizmetlerin kapsamının daha da genişlemesinden büyük mutluluk duyduklarını ifade eden Redington Türkiye Genel Müdürü Cem Borhan, "Okta ile müşterilerimize ve iş ortaklarımıza kimlik ve erişim denetimi alanında benzersiz çözümler sunuyoruz. İş birliğine başladığımız ilk günden itibaren müşterilerimiz ve iş ortaklarımız Okta'nın ürün ve hizmetlerine tahmin ettiğimizden de büyük ilgi gösterdiler. Artan bu talep doğrultusunda ve Okta'nın Auth0 ve diğer satın almalarla birlikte daha da genişleyen çözüm yelpazesini çok daha fazla firmaya ulaştırmayı ve daha yaygın bir hale getirmeyi planlıyoruz. Redington Türkiye olarak önümüzdeki dönemde seçilmiş iş ortaklarımızla birlikte Türkiye pazarına Okta çözümleri ile daha fazla fayda sağlamayı hedefliyoruz" dedi.

Okta'nın benzersiz çözümleri, hem şirket içi hem de şirket dışındaki kullanıcıların ortak bir platform üzerinden tanınabilmesini ve yetkilendirilebilmelerini sağlıyor. Okta'nın bulut tabanlı platformu, şirketlerin kullanıcıları merkezi bir şekilde yönetebilmelerini, yetkilendirmelerini, güvenlik politikaları ve entegrasyon gereksinimleri doğrultusunda değişiklikleri hızla yapabilmelerine olanak tanıyor. Kimlik ve erişim yönetimi (IAM) konusunda yerli ve yabancı şirketlerin ilk tercihleri arasında yer alan Okta çözümleri, ayrıca kendi kendini iyileştiren erişim yetkinlikleri, platform ya da yazılım olarak hizmet (IaaS, PaaS, SaaS) ve gelişmiş izleme özellikleri de sağlıyor.

Redington | okta

KİMLİK YÖNETİMİ ÇÖZÜMÜ
OKTA İLE TANIŞMA ZAMANI!

Şirketinizin dijital sermayesini ve iş süreçlerini korumada Okta ile tanışma zamanı! Güvenilir kimlik çözümleri üreticisi Okta, **Zero Trust** modelini en etkin şekilde uygular, her kullanıcının her türlü cihazdan sisteme kolaylıkla erişmesini sağlar ve kötü niyetli oturum açma girişimlerini engelleyerek, şirketinize değer katar.

Bilişim ekosisteminin birleştirici gücünü yakından tanımak için,
redington.com.tr • 0216 316 50 50

BİR BAŞARI HİKAYESİ:

PTC'nin ThingWorx IIoT Çözümü ile Evyap'ta Endüstri 4.0 Çağı Başladı

Evyap, Endüstri 4.0 çalışmaları kapsamında hayata geçirdiği IoT projesi ANKA'yı, PTC'nin ThingWorx IIoT çözüm platformu üzerinde, iş ortağı DVM Teknoloji ile birlikte geliştirdi. Evyap, bu proje sayesinde Evy Baby bebek bezi ürününde verdiği fireyi yüzde 23 azaltarak, bugüne kadar sahip olduğu en iyi performansı elde etti. Tuzla tesislerindeki dört fabrika için yapılan yatırımın iki sene içerisinde geri dönmesi bekleniyor.

EMRE ERDEN
Operasyonel Mükemmellik Müdürü
EVYAP

> "Proje öncesinde, ürettiğimiz her 100 bebek bezinden 2.2 tanesini geri dönüştürülemez bir şekilde çöpe atıyorduk. ANKA projesi ile birlikte bu sayı 1.7'ye indirildi ve yılda 2 milyona yakın bebek bezi pazara kazandırıldı. Çevreye ve maliyetlere etkisi açısından çok ciddi bir kazanç elde ettik."

Türkiye'nin, Cumhuriyet ile yaşıt şirketlerinden Evyap, Endüstri 4.0 çalışmalarını hızlandırdı. Güzellik sabunundan, cilt bakım ürünlerine, tıraş öncesi ve tıraş sonrası ürünlerden kolonya ve bebek bezine kadar geniş bir yelpazede faaliyet gösteren Evyap, Evy Baby bebek bezi üretimini Endüstri 4.0'a göre yeniden tasarladı. PTC İş Ortağı DVM Teknoloji tarafından endüstriyel IoT çözüm platformu Thingworx IIoT ile hayata geçirilen proje ile Evy Baby üretim bandında meydana gelen fire ve kayıplar yüzde 23 oranında azaltıldı.
Planlamadan bakımların yapılmasına kadar üretimin tüm süreçlerini içeren bir Endüstri 4.0 uygulaması olarak ele alınan ve ANKA adı verilen proje, bir yılı aşkın süredir Tuzla'daki Evyap tesislerinde kullanılıyor ve yaşayan bir uygulama olarak geliştirilmeye devam ediyor.
Evyap ANKA Projesi'nin ayrıntılarını, PTC distribütörü Redington Türkiye'nin yayını Plus dergisi adına, Evyap Operasyonel Mükemmellik Müdürü Emre Erden, PTC Teknik Bölge Müdürü Mete Ömerali, DVM Teknoloji Satıştan Sorumlu Ortağı Arda Aksaray ve DVM Teknoloji CTO'su Orhan Dengiz ile görüştük.

HİJYEN VE BAKIM ÜRÜNLERİNDE GLOBAL BİR ÖNCÜ

ANKA Projesi'nin ayrıntılarına geçmeden önce Evyap'ın faaliyetlerine değinebilir miyiz?
EMRE ERDEN (Evyap-Operasyonel Mükemmellik Müdürü): Evyap'ın kökleri 1927 yılına dayanıyor. 100 yıla yaklaşan bir süredir kişisel bakım ve temizlik ürünleri üretiyoruz.
Yanı sıra, oleo kimya, limancılık ve gayrimenkul alanlarında da faaliyet gösteriyoruz. Güzellik sabunu, cilt bakım ürünleri, tıraşa hazırlık ve tıraş sonrası kategoriler, antibakteriyel sıvı sabunda lider konumdayız.
Türkiye'nin ilk 100 sanayi şirketi arasında yer alıyoruz. Dünyanın en büyük sabun üreticilerinden biri olarak, Türkiye, Mısır ve Malezya'daki tesislerimizde üretim yapıyoruz. Satış ve pazarlama ağımız ile Rusya ve Ukrayna'da da faaliyet gösteriyoruz. İstanbul Tuzla'da bulunan üretim tesisimiz, içerisinde dört fabrika bulunan dünyanın en geniş tesislerinden biri. İhracat odaklı bir kuruluş olmamızın yanı sıra, pandemi döneminde kolonya ve antibakteriyel sabun üretimimizle Türkiye'deki sorumluluğumuz da artmış durumda.

Projeniz için neden ANKA ismini seçtiniz?
E. ERDEN: Türk ve İran mitolojilerinde Anka Kuşu, bilgelik ve ölümsüzlüğü, yeniden doğuşu temsil ediyor. Bilgeliği "bilginin", ölümsüzlüğü de "sürdürülebilirliğin" karşılığı olarak gördük ve projemize ANKA adını verdik.

HEDEFLER VE İHTİYAÇLAR

PTC'nin ThingWorx IIoT platformu ile hayata geçirdiğiniz bu projede yola çıkış hedefiniz neydi?
E. ERDEN: Son derece rekabetçi bir sektörde faaliyet gösteriyoruz. Yabancı rakiplerimizin tecrübeleri, teknolojileri ve global ölçekte çalışma becerileriyle rekabet ederken, yerel rakiplerimizle maliyetler konusunda rekabet ediyoruz. Bu nedenle ANKA'yı hayata geçirirken en temel iş hedefimiz rekabet gücümüzü artırmaktı.
Bunun için bir Endüstri 4.0 projesi kurguladık ve böylece operasyonel mükemmelliğe ulaşmayı, tüm süreçlerde iş gücü, zaman, üretim kayıplarını ortaya koymayı, bu kayıpları minimize etmeyi, dolayısıyla verimliliğimizi artırmayı ve maliyetleri düşürmeyi amaçladık.

METE ÖMERALİ
Teknik Bölge Müdürü
PTC

> **“Endüstri 4.0 çözümlerinde ‘verinin demokratikleştirilmesi’ kavramı önemli. Evyap’ta ANKA projesi ile verinin demokratikleştirilmesi sağlandı. Bu aynı zamanda, projenin gelecek planlarına da yansıyacak en önemli faydalarından biriydi.”**

Operasyonel mükemmelliğe ulaşma hedefiniz doğrultusunda ihtiyaçlarınız nelerdi, buna yönelik hangi adımlar atıldı?

E. ERDEN: Rekabet gücümüzü artıracak faydalar yaratmasını hedeflediğimiz böyle bir projeye başlarken, her Endüstri 4.0 projesinde olduğu gibi standart tek bir platform üzerinden ölçülebilir bütün sonuçlarımızı iyileştirmeyi, doğru verileri yansıtabilmeyi amaçladık.

Bunu yaparken, ekiplerin yetkinliklerini de yükseltmemiz gerekiyordu. Bunun için projeyi başlatmadan önceki bir yıl boyunca yalın üretim eğitimleri aldık. Ekiplerimizin hangi verilerle, nasıl ilerleyecekleri, problemleri nasıl çözebilecekleri üzerine yoğun olarak çalıştık.

Projeyi sağlıklı bir şekilde hayata geçirebilmek için altyapı ve teknolojilerimizi iyileştirdik. Sadece Tuzla tesisimizde yer alan 4 fabrikada 50'ye yakın üretim hattımız var ve bu hatların bazıları çok eski yıllarda bazıları ise geçtiğimiz yıl kurulmuş durumda. Eski ve yeni teknolojilere sahip bu hatları elden geçirdik, projeye uygun hale getirdik. Bununla birlikte donanım altyapımızı iyileştirdik ve ileride “akıllı fabrikalar” kurabilmemizi sağlayacak bazı altyapı yatırımlarını da gerçekleştirdik. Verilerin gerçek zamanlı olması üzerine de yoğun olarak çalıştık. Bir süreç optimizasyonuna ihtiyaç duyduk ve manuel takip ettiğimiz, kağıt üzerinde yürüttüğümüz süreçleri dijitalleştirme yoluna gittik. Değer katmayan, etkisi olmayan süreçleri ortadan kaldırdık. Zamanımızı daha çok değer katacak işler için kullanmayı hedefledik.

NEDEN THINGWORX IIoT ÇÖZÜMÜ?

Bütün bu ihtiyaçları adreslerken nasıl bir arayış süreci geçirdiniz?

E. ERDEN: Proje öncesinde farklı çözümler sunan 20'ye yakın firmayla görüştük. Hedeflerimiz ve ihtiyaçlarımızın hepsini tek bir endüstriyel IoT platformuyla karşılayabilmek istiyorduk. En önemli kriterimiz de platformun bize uyarlanabilir, bizim ihtiyaçlarımıza göre geliştirilebilir olmasıydı. DVM Teknoloji dışındaki firmaların çoğu parça parça çözümler sunuyordu ya da bize özel çözümler geliştirmek için yeterli değillerdi. Sonuç olarak ANKA Projesi'nde ThingWorx IIoT çözüm platformunu kullanmaya ve platformun sistem entegratörü olarak da PTC'nin iş ortağı DVM Teknoloji ile çalışmaya karar verdik.

ThingWorx nasıl bir IoT platformu?

METE ÖMERALİ (PTC-Teknik Bölge Müdürü): Ürünümüz ThingWorx, üzerinde aklınıza gelebilecek her türlü uygulamayı geliştirebileceğiniz endüstriyel bir IoT platformu. Süreci hızlandıran en önemli özelliklerinden biri, hem bütün kaynaklardan veri alabilen hem de bütün kaynaklarla veri paylaşabilen bir yapının; kod gerektirmeden (no code) ve ortak protokoller üzerinden geliştirilebilmesi. Kendi kendisine karar verebilen, veri bilimci ihtiyacını ciddi oranda azaltan bir analitik altyapısı var. Artırılmış Gerçeklik (AR-Augmented Reality) ile de entegre olabiliyor. ThingWorx üzerinde her müşterinin ihtiyacına göre bir uygulama geliştirmek mümkün.

Klasik bir IoT projesinin fazları nelerdir?

M. ÖMERALİ: Endüstri 4.0 projelerinde işin veri kısmını ilgilendiren ilk iki faz çok önemlidir, çünkü hem diğer fazları hem de projenin toplam başarısını etkiler. Birinci faz, dijitalleştirme kısmına veri toplamaktır, ikinci faz ise bu veriyi anlamlandırmaktır. Biz Evyap'ta bu iki fazı tamamlamış durumdayız. Üçüncü faz olarak analitik tarafını belli bir düzeyde gerçekleştiriyoruz ancak buna henüz başlangıç analitiği diyebiliriz. Bir sonraki adımımız, bunu sistem üzerinde otomatik bir analitiğe çevirmek olabilir. Mutlaka bu sırayı takip etmek zorunluluğu olmamakla birlikte, en son noktada da sisteme Artırılmış Gerçeklik ekleyebiliriz. Biz Endüstri 4.0 projelerinde böyle bir süreci öngörüyor ve öneriyoruz.

UYGULAMA GELİŞTİRME SÜRECİ

Evyap için uygulama geliştirmeye hangi noktadan başladınız?

ORHAN DENGİZ (DVM Teknoloji CTO'su): ThingWorx IIoT çözüm geliştirme platformunun “Industrial Connectivity” modülü, bize tesisteki mevcut otomasyon teknolojileriyle kumanda edilmekte olan veya üzerinden veri toplanmakta olan bütün makineleri tek seferde platforma bağlayabileceğimiz bir köprü yapısı sağladı. Bu köprü sayesinde, makinelerin üzerindeki bütün sensörler, PLC'lerin A'dan Z'ye bütün fonksiyonları ve bütün bellek ve kayıt birimleri, Evyap için geliştirmiş olduğumuz web tabanlı uygulamanın erişimine açık hale geldi. Farklı fonksiyonlar yerine getirilirken makineler üzerinden alınan bu verilerin tarihsel bir veri tabanında biriktirilmesi, bu veri tabanı üzerinden analizler yapılabilmesi ve elde edilen sonuçların kuruluşun verimliliğini arttırıcı uygulamalarda kullanılması mümkün oluyor. Biz de ilk adımda üretim hatlarındaki makine verilerinin bu dijital ortama aktarılmasını, verilerin anlık olarak temin edilmesini ve tarihsel olarak saklanmasını sağladık.

thingworx® IIoT

ÇÖZÜM PLATFORMU

Bu başarı hikayesinde adı geçen, Endüstriyel Nesnelerin İnterneti (Industrial IoT - IIoT) çözümleri platformu ThingWorks, PTC'nin global partner ekosisteminde yer alan 800'den fazla iş ortağı ve 550 bin yazılım geliştirici tarafından kullanılıyor. Üzerinde akla gelebilecek her türlü uygulamanın geliştirilebileceği platformun süreci hızlandıran en önemli özelliklerinden biri, hem bütün kaynaklardan veri alabilen hem de bütün kaynaklarla veri paylaşabilen bir yapının, kod gerektirmeden (no code) ve ortak protokoller üzerinden geliştirilebilmesidir. Kendi kendisine karar verebilen, veri bilimci ihtiyacını ciddi oranda azaltan bir analitik altyapı söz konusu. Artırılmış Gerçeklik (AR-Augmented Reality) ile de entegre olabiliyor.

FAYDALAR

- Yerel ve global pazarlarda daha fazla rekabet gücü elde edildi.
- Daha çevik ve verimli hale gelindi.
- Süreçler hızlandı, hatalar minimize edildi.
- Karar alma, planlama, strateji belirleme ve sonuçların doğruluğu konularında büyük bir gelişme sağlandı.
- Üretim sürecinde yaşanan fireler azaldı.
- Üretimdeki duruşlar azaldı, hat verimliliği arttı.
- Süreçlerde tespit edilen açıklar, gereksiz süreçler ortadan kaldırıldı.
- Kalite tarafında izlenebilirlik sağladı, %100 kalite kontrolüne yaklaşıldı.
- Süreçlerin çoğunda kağıt kullanımı ortadan kaldırıldı.
- Üretim sürecine tüm çalışanların daha fazla katkıda bulunması ve seslerini duyurmaları sağlandı.

ORHAN DENGİZ
CTO
DVM Teknoloji

“ThingWorx IIoT’nin özellikleri sayesinde tesisteki bütün sensörler, PLC’lerin bütün fonksiyonları, bellek ve kayıt birimleri, Evyap için geliştirmiş olduğumuz web tabanlı uygulamanın erişimine açık hale geldi. Böylece, alınan verilerin bir veri tabanı üzerinde tutulması, analiz edilmesi ve sonuçların verimliliği arttırıcı uygulamalarda kullanılması mümkün oldu.”

Üretim verimliliğine hizmet edecek ne tür geliştirmeler yapıldı?

O. DENGİZ: İkinci adımımız, üretimdeki herhangi bir siparişin takibini gerçekleştirebilen, ERP sistemiyle entegre çalışan bir modül geliştirmek oldu.
Bu uygulama ile bir siparişin hangi hatta üretildiği, başladığından şu ana kadar toplam ne kadar üretim yapıldığı, bunun ne kadarının kalite kontrol testlerinde geçtiği, ne kadarının bu testleri geçemediği gibi bütün anahtar parametrelerin takibi sağlandı. Ayrıca, bütün kalite kontrol testlerinin, zamanı geldiğinde otomatik olarak ilgililerin önüne gelmesini sağlayan bir uygulama ve yine üretim/sipariş takip modülünün bir parçası olarak, makinelerin herhangi bir arıza nedeniyle yaptıkları duruşları kayıt altına alan, duruşların nedenlerini yine otomatik olarak sistemden okuyan başka bir uygulama geliştirildi. Böylece, hangi duruş ne kadar sürmüş, ne kadarlık bir kayıp bu duruştan dolayı oluşmuş, bu duruş nasıl giderilmiş, teknik servis talebi yapılmış mı, kim ilgilenmiş, tamirat ne kadar sürmüş gibi duruşlarla ilgili A’dan Z’ye bütün verilerin toplanması sağlandı.

Duruş ve hataları ortadan kaldırmaya yönelik ne gibi adımlar atıldı?

E. ERDEN: Orhan Bey’in söz ettiği geliştirmelere ek olarak, “Temizlik, Gözlem, Yağlama” anlamına gelen TGY modülü ve iş sağlığı ve güvenliği gibi konuları yönetmemize yardımcı olacak BOS (Behaviour Observation System-Davranış Gözlem Sistemi) modülü tasarlandı. Bu iki modül, duruş ve hataları minimize etmemiz için önemliydi.
TGY, periyodik olarak makinaların üzerinde yapılması gereken bakım işlemlerini, zamanı geldiğinde hat özelinde görevlendirilen kişilere bildiren, görevlerin sonucunu dijital formlar üzerinden takip eden bir sistem.
BOS ise fabrikanın herhangi bir noktasında tespit edilmiş, risk ve tehlike doğurabilecek, aksiyon alınması gereken konuları takip etmeye, dinamik olarak yönetilebilen dijital formlarla kayıt altına almaya yarayan bir sistem.
Dijitalleşme çatısı altında, ThingWorx platformunun sağladığı özellikleri kullanarak, çok geniş bir yelpazeyi kapsayabiliyoruz. Çünkü bu altyapı, bize kurum bünyesindeki farklı fabrikaların bir araya getirilebileceği farklı kullanıcı gruplarının farklı görev ya da yetkilere göre ayrıştırılarak, sisteme erişimlerin düzenlenebildiği bir yapı sunuyor.
Hem bizim ihtiyaçlarımıza uygun olarak özelleştirilebiliyor, hem de yeni ihtiyaçlar söz konusu olduğunda sürekli olarak geliştirilmesi, güncellenmesi mümkün oluyor. Böylece ANKA Projemizi, Mısır ve Malezya’daki tesislerimizde de o tesislerin ihtiyaçlarına uygun şekilde güncelleyerek, hayata geçirebileceğiz.

ANKA’yı geliştirmeye ne zaman başladınız ve ilk canlıya geçiş ne zaman oldu?

E. ERDEN: Hazırlık süreçlerini bir kenara bırakırsak, projeyi geliştirmeye başlamamızla ilk canlıya alışımız arasında 6 aylık bir süre var. İlk olarak, Tuzla kampüsümüzdeki dört fabrikadan biri olan bebek bezi ürettiğimiz hijyen fabrikamızda 2019 Kasım ayı itibariyle canlıya geçtik. Ardından da Aerosol fabrikamızı devreye aldık. Şu anda kozmetik fabrikamızın donanım altyapısını geçiş için hazırlıyoruz. Türkiye’deki fabrikaların tamamını sisteme aktardığımızda, Mısır ve Malezya’daki tesislerimizi de bu sürece dahil edeceğiz.

PROJEYİ FARKLI KILAN YAKLAŞIM

Endüstri 4.0 projeleri içinde ANKA’yı sizce hangi özellikleri farklılaştırıyor?

E. ERDEN: Bu tip projelerde sık sık “dijital” dönüşümden söz etsek de, öncelikle bunun bir “kültürel dönüşüm” projesi olduğunu vurgulamak isterim. Çünkü bilgisayar bile kullanmamış ekipleri bu sisteme dahil ediyorsunuz. Bazen, 20-30 yıldır işini belli bir şekilde yapmaya alışmış kişileri farklı bir iş yapma şekline ikna etmeniz gerekiyor. Bu da ciddi bir kültürel değişimi beraberinde getiriyor. Önce direnç gösteren kişilerin, bir yıl sonra bu işi en çok savunan kişiler haline dönüşebilmesi bence ANKA’yı hemen farklı kılıyor.
Bu altyapı, gelen veriyi sadece bir yerde göstermeyi değil, o veriyi gerçekten gereken zamanda ve gereken kişilerin önüne, bir nevi “altın tepside” sunmayı başarıyor. Eforu minimize edebilecek şekilde bir görüntüleme yapmayı hedefledik. En önemlisi de operatöründen teknisyenine, işlemcisinden mühendisine herkesi kapsamaya çalıştık. Hatta o hattın önünden geçen herhangi birini bile bu sisteme dahil edebilecek şekilde bir yapı kurduk.
Gördüğünüz herhangi bir şeyi anında iletebileceğiniz ve karşılığında aksiyon alınmasını sağlayabileceğiniz, o aksiyonu sonuna kadar takip edebileceğiniz bir yapı bu. Sonuçları somut olarak ve gerçek anlamıyla “görebileceğimiz” bir sistem yaratıldı.

Bunu bir örnekle açıklayabilir misiniz?

E. ERDEN: Fabrikanın herhangi bir noktasında bir hata gördüğünüzde fotoğrafını çekip hemen sisteme yükleyebiliyorsunuz. Bu hatayı ortadan kaldırmaya yönelik bir aksiyon almanızı sağlayacak her şey bu sistemin içinde. Aksiyonları gözden geçireceğiniz toplantıyı da bu sistemin içinde yapabiliyor ve sonuçları takip edebiliyorsunuz.
Bir ekrana bütün bölümlerden veriler akıyor ve gerçekten her şeyi görebiliyorsunuz. Bütün bu olanaklar bizi, hataları görme ve düzeltme, karar alma, plan yapma, strateji belirleme ve sonuçlarımızın doğruluğundan emin olma konusunda yepyeni bir boyuta taşıyor.

ThingWorx platformunun üreticisi olarak PTC ve uygulayıcısı olarak DVM Teknoloji’nin bu konudaki yaklaşımı nedir?

ARDA AKSARAY (DVM Teknoloji - Satıştan Sorumlu Ortak): DVM Teknoloji olarak, üretimi desteklemek ve optimize etmek için yazılım geliştiriyoruz. Alt tarafta çalışan üretim bantları, ERP uygulamaları, bakım programları gibi mevcut pek çok sistemle birlikte bunu yapmamız gerekiyor. Pek çok firmada Endüstri 4.0 çabası var ama bu uygulamalar parça parça çalışıyor ve bir dağınıklık var. Evyap’ın bu projedeki en büyük vizyonu, konuya bütünsel yaklaşmak ve Emre Bey’in dediği gibi çok geniş bir kullanıcı ağını içine almayı sağlamaktı. Fabrikada üretimdeki kimseyi unutmadan, her konuyu kapsayarak ve tamamen Evyap’ın süreçlerine özel üretildi bu yazılım. Bu anlamda Endüstri 4.0 projeleri içinde öncü bir yaklaşımla hemen ayrışıyor, fark yaratıyor.

M. ÖMERALİ: Endüstri 4.0 çözümlerinde “verinin demokratikleştirilmesi” kavramı önemli. Herkesin veriye yetkileri doğrultusunda kendi başına ulaşabilmesi, kolayca geri besleme yapabilmesi ve sonuçları takip edebilmesi gerekiyor. Evyap’ta ANKA Projesi ile verinin

ARDA AKSARAY
Satıştan Sorumlu Ortak
DVM Teknoloji

“Evyap’ın ANKA’ya yönelik en büyük vizyonu, projeyi herkesi ve her konuyu kapsayacak şekilde, bütünsel bir yaklaşımla ele almasıydı. ANKA, tamamen Evyap’ın süreçlerine özel olarak geliştirildi ve elde edilen başarılı sonuçlarıyla Endüstri 4.0 projeleri içerisinde gerçek bir fark yarattı.”

demokratikleştirilmesi sağlandı. Bu aynı zamanda, projenin gelecek planlarına da yansıyacak en önemli faydalarından biriydi. ThingWorx ile IT (Bilgi Teknolojileri) ve OT (Operasyonel Teknolojiler) tabanlı sistemleri bir araya getiriyoruz. Türkiye'de ve dünyada pek çok projede ya sadece OT tarafı ya da IT tarafı ele alınıyor ve Endüstri 4.0'ın altını doldurabilecek gerçek bir birliktelik sağlanamıyor. Adına Endüstri 4.0 denilen, ancak aslında birbirinden kopuk sistemlerle karşılaşıyoruz. Evyap bu anlamda Türkiye'de öncülüğünü ortaya koydu. Dünyada da sayılı projelerden birine hep birlikte imza attığımıza inanıyorum.

FAYDALAR

ANKA, bebek bezi ürettiğiniz fabrikanızda bir yılı aşkın süredir kullanılıyor. Bu süreçte elde ettiğiniz somut faydalar neler oldu?

E. ERDEN: Biliyorsunuz, en baştaki iş hedefimiz rekabet gücümüzü artırmaktı. Belirttiğim gibi, hataları minimize etme, karar alma, plan yapma, strateji belirleme ve sonuçlarımızın doğruluğu konusunda büyük bir gelişme yaşadık. Bu gelişme, bebek bezi üretim sürecinde yaşadığımız firelerin azalmasına yol açtı. Duruşlarımızın azaldığını, hat verimliliğinin arttığını gördük. Süreçlerimizde tespit ettiğimiz bazı açıkları ortadan kaldırabildik. Kalite tarafında izlenebilirliği sağladığımız için %100 kalite kontrolüne yaklaşmış olduk. Şu an mesela marketten herhangi bir ürünü alıp üzerindeki barkodu okuduğunuzda, bu ürün üretilirken hangi malzemenin kullanıldığını, o anda üretim hattında bakım ya da temizlik olup olmadığını, olmuşsa kimin bu işlemi yaptığını tek tek ürün bazında izleyebiliyorsunuz. Bunun yanı sıra süreçlerimizin çoğunda kağıt kullanımını ortadan kaldırdık. Eskiden birkaç kişinin yaptığı işler gereksiz hale geldi ve o kişileri daha verimli alanlarda kullanmaya başladık. En önemlisi herkesin sesini duymaya başladık. Eskiden kağıt ortamında iletilen öneri ve gözlemlerin akıbetini izlemek mümkün değilken, artık alınan aksiyonları ve sonuçlarını izlemek mümkün hale geldi. Böylece bizi hantallaştıran süreçlerden ve iş modellerinden kurtulduk, süreçlerimiz hızlandı, daha çevik ve verimli hale gedik.

Fireleri azalttığınızdan söz ettiniz, bu konuda elde ettiğiniz rakamları paylaşır mısınız?

E. ERDEN: Bebek bezi üretirken herhangi bir makinanın o anda kabul etmediği pedi tekrar kullanmak mümkün olmuyor ve o malzeme çöpe gidiyor. O dönemde ürettiğimiz her 100 bebek bezinden 2.2 tanesini geri dönüştürülemez bir şekilde çöpe atıyorduk. ANKA Projesi ile birlikte sağladığımız iyileştirme ile bu sayı 1.7'ye indirildi. Bu da fire miktarının yüzde 23 azalması ve yılda 2 milyona yakın bebek bezinin pazara kazandırılması anlamına geliyor. Hem çevreye etkileri hem de maliyet anlamında ciddi bir kazanç elde ettik.

YATIRIMIN GERİ DÖNÜŞÜ

Bütün bu faydaların ışığında yatırımın geri dönüşünü ne kadar sürede elde etmeyi bekliyorsunuz?

E. ERDEN: Tuzla tesislerimizdeki dört fabrika için yaptığımız yatırımın geri dönüşünün iki sene içerisinde gerçekleşmesini bekliyoruz. Yatırım planlarımızı da bu doğrultuda yaptık zaten. Sonuç olarak ortaya çıkan her arızanın ve üretim hatlarındaki her duruşun bir maliyeti var. Arızayı gidermek için üstlenmek zorunda olduğunuz maliyetleri bir kenara bırakalım, her duruş, makinelerin o an üretim yapamaması ve sizin aslında tüm sabit maliyetlerinizin üretemediğiniz her ürün için boşa akması anlamına geliyor. Yani aynı makinadan 100 ürün almakla 50 ürün almak birim maliyeti ciddi olarak etkiliyor.

GELECEK PLANLARI

Projede bundan sonra hangi adımları atacaksınız?

E. ERDEN: 2021 yılında Türkiye'deki 4 fabrikayı ve modülleri tamamlamayı, 2021'in sonunda Malezya tesisimizin dönüşümünü başlatmayı hedefliyoruz. Paralelde tedarik zincirine ve depo yönetimine dair geliştirmeleri eklemeyi de düşünüyoruz. Elbette ihtiyaçlar dönem dönem hızlı bir şekilde değişebiliyor. Örneğin, pandemi ile birlikte bunu yaşadık. Şu sıra DVM Teknoloji ekibi ile birlikte, kağıt üzerindeki tüm süreçlerimizde %100 dijitalleşmeyi sağlamak üzere çalışıyoruz. Kağıdı ve yüz yüze buluşma ihtiyacını sıfırlayarak, her şeyin uzaktan görüntülenebilmesini hedefliyoruz.

Geleceğe yönelik yeni projeler için planlarınız var mı?

E. ERDEN: Şu an ANKA Projesi'nin kapsamında olmasa da, hat sonu otomasyonu, bazı süreçlerin robotlaştırılması gibi konular üzerinde çalışılıyor. Elbette bu projeler de ANKA ile birleşmek durumunda. Her yeni teknoloji ya da makina yatırımını ANKA'ya nasıl entegre edebiliriz diye düşünerek yapıyoruz. Hat sonu robotik otomasyon projesini hayata geçirirken de verilerin ANKA'dan takip edilebilir olmasını istiyoruz. Bundan sonra bu fabrikadaki her teknoloji yatırımı, mutlaka bir noktasında ANKA'ya dokunacaktır.

UYGULAMA GELİŞTİRME ADIMLARI

- **ThingWorx IIoT çözüm geliştirme platformunun "industrial connectivity" modülü, tesisteki mevcut otomasyon teknolojileriyle kumanda edilmekte olan veya üzerinden veri toplanmakta olan bütün makinelerin tek seferde platforma bağlanmasını sağlayan bir köprü oluşturdu.**
- **Makinelerin üzerindeki bütün sensörler, PLC'lerin A'dan Z'ye bütün fonksiyonları ve bütün bellek ve kayıt birimleri, Evyap için geliştirilen web tabanlı uygulamanın erişimine açık hale geldi.**
- **Farklı fonksiyonlar yerine getirilirken makineler üzerinden anlık olarak alınan verilerin tarihsel bir veri tabanında biriktirilmesi sağlandı.**
- **Söz konusu veri tabanı üzerinden analizler yapılabilmesi ve elde edilen sonuçların kuruluşun verimliliğini artırıcı uygulamalarda kullanılması mümkün oldu.**
- **Üretimdeki herhangi bir siparişin takibini gerçekleştirebilen, ERP sistemiyle entegre çalışan bir modül geliştirildi.**
- **Bu modül ile bir siparişin hangi hatta üretildiği, başladığından o ana kadar toplam ne kadar üretim yapıldığı, bunun ne kadarının kalite kontrol testlerinden geçebildiği, ne kadarının bu testleri geçemediği gibi bütün anahtar parametrelerin takibi sağlandı.**
- **Ayrıca, bütün kalite kontrol testlerinin, zamanı geldiğinde otomatik olarak ilgililerin önüne gelmesini sağlayan bir uygulama ve yine üretim/sipariş takip modülünün bir parçası olarak, makinelerin herhangi bir arıza nedeniyle yaptıkları duruşları kayıt altına alan, duruşların nedenlerini yine otomatik olarak sistemden okuyan başka bir uygulama geliştirildi.**
- **Periyodik olarak makinaların üzerinde yapılması gereken bakım işlemlerini, zamanı geldiğinde hat özelinde görevlendirilen kişilere bildiren, görevlerin sonucunu dijital formlar üzerinden takip eden, "Temizlik, Gözlem, Yağlama" anlamına gelen TGY modülü geliştirildi.**
- **Fabrikanın herhangi bir noktasında tespit edilmiş, risk ve tehlike doğurabilecek, aksiyon alınması gereken konuları takip etmeye, dinamik olarak yönetilebilen dijital formlarla kayıt altına almaya yarayan, BOS (Behaviour Observation System-Davranış Gözlem Sistemi) modülü tasarlandı.**

DVM TEKNOLOJİ HAKKINDA

2014 yılından bu yana projeye özgü IoT uygulamaları geliştiren DVM Teknoloji, PTC ekosisteminin katma değeri oldukça yüksek iş ortaklarından biri. Kurumsal müşterilerinin ihtiyaçlarına özel geliştirdiği çözümlerine ilave olarak Endüstri 4.0, Akıllı Şehir, Lojistik, Akıllı Tarım gibi tecrübe ve profesyonellik gerektiren alanlarda da tamamen mühendisleri tarafından geliştirilen uygulamaları ile hizmet veriyor. Halen pek çok müşterisinin Nesnelerin İnterneti dönüşümünde danışman olarak destek sağlıyor.

ThingWorx platformuna yönelik deneyimi, ciddi bilgi birikimi ve sistem entegratör kimliğiyle, ayrıca telekom sektörüne yönelik çözüm oluşturma becerileriyle öne çıkıyor. Sahip olduğu uzmanlığı sayesinde sadece Türkiye'de değil yurtdışında da PTC teknolojilerinin kullanıldığı önemli projelerde yer alıyor.

BİR BAŞARI HİKAYESİ:

PTC Türk Endüstrisinin Gelişiminde Kritik Bir Rol Üstleniyor

PTC'nin Türkiye, Yunanistan, Ortadoğu ve Afrika'dan sorumlu Genel Müdürü Bilgehan Baykal ile 2018 yılından bu yana PTC'nin yetkili dağıtıcılığını üstlenen Redington Türkiye Genel Müdürü Cem Borhan bir araya geldi. Baykal ve Borhan, PTC'nin Redington ile yürütmekte olduğu iş birliği üzerine değerlendirmelerde bulunurken, pandeminin tetiklediği değişime de değindiler.

BİLGEHAN BAYKAL
PTC Genel Müdürü
Türkiye, Yunanistan, Ortadoğu ve Afrika

"Redington Türkiye gibi Türkiye'nin en büyük ürün sağlayıcılarıyla çok uzun yıllar çalışmış, Türkiye'nin dinamiklerini bilen, pazara hâkim, güçlü bir distribütör ile çalışmanın avantajlarını net bir şekilde yaşıyoruz."

Merkezi ABD Boston'da bulunan PTC, dünyanın farklı köşelerinde, tasarlayarak, üreterek, işleterek ya da hizmet sunarak faaliyet gösteren tüm şirketlerin, içinde bulunduğumuz dijital dünyada gidecekleri yolu yeniden keşfetmelerine yardımcı olan, yıkıcı ve yenilikçi ürünleri ile öne çıkan bir teknoloji şirketi. 1986'da dijital 3D tasarımında devrim yaratan PTC, 1998'de internet tabanlı ürün yaşam döngüsü yönetimi ile öne çıktı. Bugün, alanında lider endüstriyel platformları ve sahada kanıtlanmış çözümleri ile şirketlerin fiziksel ve dijital yapılarını bütünleştirerek, onları dijital dünyaya Endüstri 4.0 bakış açısıyla bağlayarak, yüksek değer elde etmelerini sağlıyor. Bilgisayar Destekli Tasarım (CAD), Ürün Yaşam Döngüsü Yönetimi (PLM), Akıllı Üretim / Endüstri 4.0, Servis Yaşam Döngüsü Yönetimi, Nesnelerin İnterneti (IoT), Artırılmış Gerçeklik (AR) alanlarında; Uzay ve Savunma, Otomotiv, Elektronik ve Yüksek Teknoloji, Sanayi, Perakende ve Tüketim, Tıbbi Cihazlar sektörlerine hizmet veren PTC'nin 30'u aşkın ülkede 6000'den fazla çalışanı bulunuyor.

CEM BORHAN: *Bilgehan, öncelikle dijital yayınımız Plus'a konuk olduğun için teşekkür ederim. Bu görüşmemizin girişinde PTC hakkında kısa bir bilgi veriyoruz ve özet olmasına rağmen bu bilgi 1986'dan bu yana kat etmiş olduğu yol ve yıkıcı/yenilikçi ürün geliştirme yaklaşımı hakkında epey ipucu veriyor. Redington Türkiye olarak, PTC teknolojilerini, ürünlerini, ülkemizde faaliyet göstermeye başladığı ilk andan bu yana takibimize aldığımızı ve yetkili dağıtıcısı olmaktan büyük memnuniyet duyduğumuzu da bu vesileyle ifade edeyim. Şimdi bu sohbete başlarken, önce senden PTC'deki sorumluluklarına dair özet bir bilgi alabilir miyiz?*

BİLGEHAN BAYKAL: Teşekkürler Cem, biz de Redington ile yol arkadaşlığımızdan memnuniyet duruyoruz. Senin de belirttiğin gibi, PTC önce 1986 yılında, 3 boyutlu modelleme tarafında geliştirdiği devrimci teknolojileriyle pazara giriş yapıyor. Ancak asıl yükselişi, Endüstri 4.0 tarafındaki öngörüsü ve bu doğrultuda gerçekleştirdiği satın almalar nedeniyle 2013 yılı itibariyle başlıyor. Biliyorsun, zaten Endüstri 4.0 ilk olarak 2011 yılında Hannover Fuarı'nda isimlendirilmişti. Özetle, PTC bu konuyu ilk fark eden şirketlerden biri oluyor. Ben PTC'de 2014 yılında göreve başladım ve bölgedeki ilk çalışan oldum.

CEM BORHAN: *Evet, yanılmıyorsam 2011 yılında Hannover Fuarı'nda, bir bakan tarafından ilk kez ifade edilmişti. Bölgedeki ilk çalışan olman, aslında senin de bu konuyu ilk fark edenlerden ve PTC'deki değeri görenlerden biri olduğunu gösteriyor bir taraftan.*

BİLGEHAN BAYKAL: Çok heyecan verici bir başlangıç yaptığımızı söyleyebilirim. PTC, bölgede gelişen pazarlardan biri olarak Türkiye'ye önem veriyordu. Benim katılımımdan dört ay sonra da Teknik Bölge Müdürü Mete Ömerali aramıza katıldı ve organizasyonu büyütmeye başladık. İlk etapta Türkiye ve Hindistan'dan sorumluydum. Zaten CAD, CAM ve PLM alanlarında dünyadaki en büyük oyunculardan biri olmamız dolayısıyla, Türkiye'de oldukça fazla sayıda, yaklaşık 700 müşterimiz hali hazırda bulunuyordu. Savunma sanayinde, elektronik, beyaz eşya, otomotiv gibi sektörlerde kuvvetliydik.

CEM BORHAN: *Dünyaya web tabanlı PLM'i, parametrik teknolojileri ilk tanıtan şirket PTC.*

BİLGEHAN BAYKAL: Adımız da Parametric Technology Corporation'dan geliyor. İşte PTC, böyle bir bazın üzerine Endüstri 4.0'ı kurgulayarak ilerlemek istedi. İlerleyen yıllarda sorumluluk alanımız Yunanistan'dan başlayarak, Türkiye, İsrail, Ortadoğu ve Afrika bölgesine genişledi. Bu çerçevede hem gelirlerimizi hem müşteri sayımızı büyüttük. Çok ciddi projeleri hayata geçirdik. Özellikle Endüstri 4.0'ın IoT (Nesnelerin İnterneti) ve Artırılmış Gerçeklik alanlarında, Türkiye'de önemli başarı hikayelerine imza attık. Bu süreçte iş modelimizde de önemli değişiklikler oldu. 2016'dan 2020'ye kadar adım adım abonelik satışına geçtik. Ve önemli bir kilometre taşı da 2018 yılında Redington Türkiye ile çalışmaya başlamamız oldu.

CEM BORHAN: İş birliğimiz 2018 yılında başladı ama asıl hacim kazanmamız

Informatik'in de portföye katılmasıyla birlikte 2019 yılında oldu. O yüzden bir senelik bir geçiş dönemi yaşadığımızı söyleyebiliriz.

BİLGEHAN BAYKAL: Evet, zaten Redington ile Hindistan'da birlikte çalışıyorduk. Bu söz ettiğin bir yıllık süreçte de Redington ile sadece Türkiye'yi değil, Ortadoğu ve Afrika'yı da içerecek şekilde bir distribütörlük anlaşması imzaladık. Anlaşmaya göre tüm bayilerimiz ve reseller dediğimiz katma değerli satıcılarımız, ticari anlamda Redington ile çalışacaklardı. Redington'ın o dönemde Türkiye'deki yapılanması 2021 yılında isim değişikliğine giderek Redington Türkiye adını alana kadar Link Plus idi. Böylece biz Link Plus ile çalışmaya başladık. Cem, zaten seninle uzun yıllardır birbirimizi sektörden tanıyorduk. Aynı şirkette çalıştığımız bir dönem bile olmuştu. Aynı şekilde ekipteki arkadaşlarla da benzer yakınlıklarımız vardı. Dolayısıyla çok hızlı bir kaynaşma da yaşadık. Türkiye özelinde çok başarılı iş birliklerine imza attık. Bu esnada, dünyada Rockwell ve Microsoft ile stratejik iş birliklerimizi duyurduk. Hatta Rockwell, PCT'nin bir miktar hissesini de satın aldı. Redington ile geniş çaplı iş birliğiyle birlikte PTC'nin bölgedeki gücü daha da arttı. Özellikle 2019 yılı itibarıyla bölgede ve Türkiye'de çok ciddi projeler almaya başladık.

CEM BORHAN: *Sadece Türkiye olarak değil, Orta Doğu ve Afrika'yı da kapsayacak şekilde bölgesel olarak yürüttüğümüz kanal geliştirme çabalarımızın da bu gelişmeye önemli katkıları olduğuna inanıyorum. Bu aslında bizim için de pilot bir çalışma oldu ve başarılı sonuçlarını yaşamış olmaktan biz de çok memnunuz.*

BİLGEHAN BAYKAL: Çok doğru! Redington Türkiye gibi Türkiye'nin en büyük ürün sağlayıcılarıyla çok uzun yıllar çalışmış, Türkiye'nin dinamiklerini bilen, pazara hâkim, güçlü bir distribütör ile çalışmanın avantajlarını net bir şekilde yaşıyoruz. PTC, doğuşundan itibaren kanal odaklı bir firma olmadı. Biz de bu dönüşümü zaman içinde yaşadık, yaşamaya da devam ediyoruz. Redington sayesinde, gelişen pazarlar tarafında iyi bir pilot çalışma gerçekleştirmiş ve süreci hızlandırmış olduk. İş hayatımda uzun yıllar kanalla çalışmış biri olarak, bunun çok büyük faydaları olduğunu biliyorum.

CEM BORHAN: *Ayrıca, Redington olarak üzerine yoğunlaştığımız IoT, Artırılmış Gerçeklik, Büyük Veri, Yapay Zekâ, Veri Analitiği gibi alanlarla PTC çözümleri arasındaki bağı da vurgulamak gerekir diye düşünüyorum. PTC'yi, Redington portföyü içerisinde salt bir ürün konumlandırması değil, aynı zamanda stratejik bir hizmet konumlandırması olarak görüyoruz. PTC'nin ülkemizdeki endüstrilerin gelişiminde üstlenebileceği kritik rolünün farkındayız. Endüstri 4.0'a 360 derece bir bakış açısı sunabiliyor olması PTC'yi çok özel kılıyor ve bu iş birliği, dijital dönüşüm yolculuğundaki şirketler konusunda önemli deneyimler elde etmemizi sağlıyor. Globalleşen dünyada ülkeler tek başlarına çok daha kısıtlı bir üretim yapabilirken, global bir ekosistemin sağlayıcısı olduklarında çok daha büyük bir değer yaratabiliyorlar. Siz bir teknoloji geliştirebilirsiniz, mühendislik gücünüzü ispatlayabilirsiniz ama iyi bir ekosistem oluşturamazsanız ilerleyemezsiniz. Biz bu bilgiden hareketle, ekosistemimizi sınırlarımızın da ötesine genişleterek, PTC için yeni kapılar açılmasında rol oynadığımıza inanıyoruz.*

BİLGEHAN BAYKAL: Yeni fikirler, yeni iş modelleri, daha büyük pazarlara erişebilme becerileri, çapraz satış ve üst satış fırsatları böyle bir ekosistem üzerinde gelişebiliyor. Bu bize, büyük iş fırsatlarını en iyi şekilde değerlendirebilme olanağı veriyor. Redington'ın bize bu anlamda sağladığı çok ciddi bir katma değer var. Son birkaç yılda elde ettiğimiz başarıyı doğru bir ekosistem içerisinde yer almamıza borçluyuz.

CEM BORHAN: *Türkiye'de genel olarak gözlemlediğim bir yanlışa dair değerlendirmeni merak ediyorum. Kuruluşların, özellikle üretim sektöründe yer alan kuruluşların, her işi bir ERP alt yapısı üzerinde çözmeye çalışma gibi bir yanlışa düştüklerini görüyorum. Sen bu konuda ne düşünüyorsun?*

BİLGEHAN BAYKAL: Çok önemli bir konuya parmak bastın. Dünyada da böyle bir yönelim vardı ama bu yanlıştan neyse ki artık dönülüyor. ERP yatırımları adı altında bir kuruluşun bütün dertlerini çözmeye çalışmanın, Türk endüstrisine nasıl zararlar verebildiğini görüyoruz. Bu biraz, bir bulaşık makinesini ya da çamaşır makinesini sadece bir torna makinesi kullanarak üretmeye benziyor. Ben bir makine mühendisi olarak, farklı kalıpları, farklı kalemleri kullanarak bunu yapabilirim. Ancak amaca ve üretimin mantığına hizmet etmez. Gelişimi ve büyümeyi engeller. Benzer şekilde, üretim planlaması ve simülasyonunu ERP içinden yapamazsınız. CRM'i bunun içinden yönetemezsiniz. Biz Ürün Yaşam Döngüsü Yönetimi (PLM) çözümümüz içinden CRM yönetimi yapmak isteyen müşterilerimize de bu nedenle izin vermiyoruz. Çünkü bu tip platformlardan sağlıklı bir kampanya yönetimi, çağrı merkezi entegrasyonu yapamazsınız. Yapıları buna uygun değildir. Çünkü dünya o kadar çevik ve hızlı bir döneme doğru ilerliyor ki siz şirketinizin anahtar performans göstergeleri doğrultusunda adımlar atmak, bunu destekleyecek kurumsal hareketler yapmak zorundasınız. Yazılım yapılarınız da donanım yapılarınız da buna uygun olmak durumunda.

CEM BORHAN: *Sence nasıl bir dönüşüm bekliyor bizleri?*

BİLGEHAN BAYKAL: Özellikle ABD'de ERP'lerin tamamen finans ve planlamaya hapsolmaya başladığını, bütçe yönetimi, ürün yaşam döngüsü yönetimi, planlama, simülasyon ve bütün diğer unsurların dışarı çekildiğini, ayrı ayrı ele alındığını görmeye başladık. Bu süreç önümüzdeki dönemde daha da hızlanacak. Ekosistemle çalışma kültürü de daha fazla önem kazanacak. Tek bir veritabanına bağlı olmamak gerekiyor. Bu nedenle bizim çözümlerimiz hem bulutta hem yerleşik hem de hibrit çalışabilen çözümlerdir. İş yaklaşımımızda da bu esnekliğe sahibiz. Örneğin, Redington'ın distribütörlüğünü yaptığı bütün markalarla iş birliğine son derce hazırız ve zaten bir kısmıyla da hali hazırda iş birlikleri yürütüyoruz. Bu tip yaklaşımlarla ilgili çok ciddi analizler var. Çevikliği yakalayamayan, tedarik zincirindeki hızını yükseltemeyen firmaların yok olacağını göreceğiz. Verimlilik tartışması her zaman olduğu gibi gündemde ama uzun zamandır ihmal edilmiş olan rekabet avantajı tartışması artık daha fazla ön plana çıkmış durumda.

CEM BORHAN: *Pandeminin de Endüstri 4.0'ın tetikleyicisi olduğunu ve sözünü ettiğin ayrışmanın bu nedenle de hızlandığını söyleyebiliriz. Bu süreçte teknoloji dünyası da tüketici elektroniği ya da bireysel elektronik üzerinden çok büyüdü ve farklı bir boyuta evrildi. Bu arada bütün kurumsal firmalar, bireylerin uzaktan çalışabilecekleri altyapıları oluşturmaları gerektiğinin farkına vardılar. 2020 senesi, kurumsal dünya için biraz dijital dönüşümün gereklerini algılama, eksikleri, ihtiyaçları tespit etme ve giderme senesi oldu. Sene sonunda dijital dönüşüm projelerinin daha fazla öne çıktığını görmeye başladık. 2021 itibariyla da bu projeler hızlandı ve baskın bir hal aldı.*

BİLGEHAN BAYKAL: Biraz önce söz ettiğimiz ERP tartışmasında olduğu gibi kuruluşların artık dijital dönüşümlerini doğru bir şekilde ele alması, bu yönde hazırlık yapması, yönetim kurulu toplantılarında bunların konuşulması lazım. Türkiye'de, "Parayı hangi arsaya yatıralım" kısır döngüsü, teknoloji yatırımlarına devlet teşviki beklentisi, bu tip yatırımları yapmada geç kalınmasına ve küresel rekabette geri kalınmasına neden oluyor. Pandemiden geçerken, çok önemli altı değişikliğin hayatımızda

"PTC'nin ülkemizdeki endüstrilerin gelişiminde üstlenebileceği kritik rolünün farkındayız. Endüstri 4.0'a 360 derece bir bakış açısı sunabiliyor olması PTC'yi çok özel kılıyor ve bu iş birliği, dijital dönüşüm yolculuğundaki şirketler konusunda önemli deneyimler elde etmemizi sağlıyor."

CEM BORHAN
Genel Müdür
Redington Türkiye

yer etmesini öngörüyoruz. Birincisi, ofis çalışanlarının tamamen geriye dönmesini artık hiç kimse beklemesin. Şirketler evden çalışmayı teşvik edecekler. Bu trend yeni bir formda da olsa devam edecek. İkincisi, tıpkı akıllı ürünlerin birbirine bağlanması gibi, bu kez ürünlerle fabrikaların birbirine bağlanacağı bir döneme giriyoruz artık. Dolayısıyla ERP'lerin buna cevap vermesi mümkün değil, çünkü ERP paketlerinin çok büyük çoğunluğu daha buluta bile hazır değiller. Üçüncüsü, bu ilk iki trend nedeniyle tedarik zincirlerinin giderek şeffaflaşacağını göreceğiz. Şeffaflaşan tedarik zinciri içindeki bazı bileşenler rekabet avantajlarını yitirecekler. Yeni, daha küçük, esnek, hızlı hareket edebilen tedarik zincirleri görmeye başladık ve bu devam edecek. Dördüncüsü, Yapay Zekâ'nın, yani analitiğin yükselişi hızlı bir şekilde gerçekleşecek. Reçete analitiğinin, tahminleyici analitiğin görüntü işleme teknolojisi ve benzeri çok sayıda kullanımın artarak, Yapay Zekâ'nın rekabet avantajını beraberinde getireceği bir sürece giriyoruz. Bunun en basit örneklerinden biri, 3 boyutlu modellemelerde Yapay Zekâ'nın tasarımcılara yön göstermesi olacak. Yani, "generative" tasarımlar öne çıkacak. Bu konu 3 boyutlu baskı yöntemleriyle ve katmanlı üretimle de desteklenecek. Beşincisi imalat sektörü için çok önemli. Biz bugüne kadar dijitalleşmeyi saha çalışanlarında değil, daha çok ofis çalışanlarında, bilgi ağırlıklı çalışanlarda görüyorduk. Ancak, küresel iş gücünün yüzde 25'i bilgi ağırlıklı çalışanlardan, yüzde 75'i saha çalışanlarından oluşuyor. Artık, artırılmış gerçeklik teknolojileriyle birlikte saha çalışanlarının daha fazla dijitalleştiğini göreceğiz. Son olarak da mekânsal hesaplama teknolojileri ile artırılmış gerçeklik ve Yapay Zekâ bileşiminin tedarik zincirinden perakendeye uzanan bir alanda kullanıma girdiğini görmeye başlayacağız. Pandeminin tetiklediği bütün bu gelişmeler, aslında şimdi yeni bir çağı başlatıyor diyebiliriz. O nedenle bütün planlarımızı, stratejilerimizi yaparken, bu yönelimlere uygun bir organizasyon yapmak ve bir taraftan da bütün bu çabanın, hakikaten çevreye, dünyaya, insanlığa fayda yaratmasını gözetmek durumundayız. Çünkü gerek pandemi gerekse selinden yangınına tüm dünyanın yüzleşmek zorunda kaldığı afetler, bize aslında önemli olan şeyler konusunda ciddi bir uyarı da taşıyor.

PTC TİCARİ UYUMLULUK TARAFINDA DA REDINGTON'A GÜVENİYOR

"Her borsaya açık şirketin uyması gereken ve bizim de kendi içimizde belirlemiş olduğumuz, complience yani "ticari uyumluluk" başlığında ele alabileceğimiz bazı kurallarımız var. PTC, özellikle kamu ile olan ilişkilerde, yetkilerin kötüye kullanımı ve benzeri alanlarda çok hassas. Redington da benzer bir kurumsal kültüre sahip. Bu nedenle ticari uyumluluk konusunda da aynı dili konuşabiliyoruz.

Türkiye'de hem biz çalışanlar hem de partnerlerimiz sık sık denetimden geçiriliyoruz. Ancak doğal olarak işler büyüdükçe ve karmaşıklaştıkça, bu konuda daha yapısal bir mekanizmanın kurulması gerekiyor. Biz distribütörümüzden bu anlamda da destek alıyor olmaktan çok memnunuz. Örneğin yetkisiz yazılım kullanımı konusunda ortak hareket edebiliyoruz.

Lisanssız kullanım ya da yetkisiz kullanım, içinde bulunduğumuz coğrafyada en önemli sorunlardan biri. Biz PTC olarak BSA'nın üyesiyiz. Ancak 2016 yılında BSA'nın Türkiye'den çekilmesiyle birlikte, bu denetimi Redington ile birlikte bir takım oyunu sürdürerek gerçekleştiriyoruz ve ciddi bir mesafe katettiğimizi de söyleyebiliriz."

Redington | ptc

PTC CREO İLE ÜRÜN TASARIMINIZI MÜKEMMELLEŞTİRİN!

Geleceğin 3 boyutlu CAD tasarım platformu ile tanışın.

PTC ve Redington, sürekli gelişen ürün tasarım dünyasında işinizi kolaylaştırmak için ihtiyacınız olan tüm uygulamaları tek adreste sizlerle buluşturuyor. Creo ile ürünlerinizi konseptten dijital prototipe verimli, hassas şekilde taşıyabilir, 3D Yazıcı ve arttırılmış gerçeklik (AR) teknolojilerindeki yeni yetenekleri ile daha sezgisel ve birbiri ile ilişkili ürünler ortaya çıkarabilirsiniz.

Creo ile ilgili detaylı bilgi almak ve ücretsiz demo fırsatından yararlanmak için bize ulaşın.

- En işlevsel 3 boyutlu CAD tasarım plaftormu
- Üretken ve çok gövdeli tasarım imkanı
- Gerçek zamanlı simulasyon katmanlı imalat
- 3D yazıcı ve (AR) teknolojileriyle sezgisel ve birbiri ile ilişkili ürün tasarımı
- Daha yüksek performans, üretkenlik hızı ve kalite

Bilişim ekosisteminin birleştirici gücünü yakından tanımak için, redington.com.tr • 0216 316 50 50

“Veri Merkezlerinin En Çok Tercih Ettiği Marka Olmayı Hedefliyoruz”

HARUN ÖZTÜRK
Türkiye Satış Müdürü
Supermicro

“Supermicro, her şeyden önce Ar-Ge’ye çok ciddi yatırım yapan bir mühendislik firması. Şirketin yaklaşık %50’si Ar-Ge çalışanından oluşuyor. Bunun getirdiği en büyük artı, Intel, AMD, NVIDIA gibi üreticilerle Ar-Ge kapsamında yan yana çalışabilmemiz.”

Sunucu pazarına yüksek verimli çevreci BT çözümleri ile yeni bir soluk getiren Supermicro’nun Türkiye Satış Müdürü Harun Öztürk, iki yıl içerisinde veri merkezlerinin en çok tercih ettikleri marka olmayı hedeflediklerini ve Redington bünyesindeki farklı markalarla iş birliği yaparak müşteriye özel bütünleşik sistem çözümleri geliştireceklerini belirtiyor.

Supermicro pazarda nasıl bir ihtiyaca cevap veriyor?
HARUN ÖZTÜRK: Supermicro, dünyadaki en büyük sunucu üreticilerinden biri. Ürün portföyümüzde, depolama sistemleri, ‘rack’ sunucular, iş istasyonları gibi çözümler yer alıyor. Ayrıca Top-of-Rack (ToR) dediğimiz sistemlerimiz de bulunuyor ama ana odağımız sunucu temelli ürünler.

Supermicro rakipleri arasından nasıl öne çıkıyor? Artılarınız neler?
HARUN ÖZTÜRK: Supermicro, her şeyden önce Ar-Ge’ye çok ciddi yatırım yapan bir mühendislik firması. Şirketin yaklaşık %50’si Ar-Ge çalışanından oluşuyor. Bunun getirdiği en büyük artı, Intel, AMD, NVIDIA gibi üreticilerle Ar-Ge kapsamında da yan yana çalışabilmemiz. Bizim faaliyet gösterdiğimiz alanda yer alan standart bir üretici, işlemci üreticilerinin yeni ürünlerini 6-8 ay sonra kendi ürünleriyle sunabiliyorlar. Supermicro ise ürünün lansmanı ile birlikte bunu yapabiliyor. Çünkü söz konusu üreticilerle birlikte işlemcilerin tüm beta aşamalarında yer alıyoruz. O süreçte beta testlerini kendi ürünlerimiz için gerçekleştirmiş, geri bildirimlerimizi vermiş ve revizyonların yapılmasını sağlamış oluyoruz. Dolayısıyla lansmanla birlikte Supermicro da hangi ürünlerinde bu yeni işlemcilerin yer aldığını duyurabiliyor. Bu, en önemli artımız. Müşterilerimiz, bizimle en son teknoloji ve yüksek performansı elde edebileceğini biliyor.

Üretiminizi nerede gerçekleştiriyorsunuz?
HARUN ÖZTÜRK: ABD menşeili bir şirketiz ve üretimimizi üç farklı lokasyonda gerçekleştiriyoruz. Silikon Vadisi’nde, Uzakdoğu Bölgesi için Tayvan’da ve Türkiye’nin de içinde olduğu bölge için Hollanda’da birer üretim merkezimiz var. Türkiye’de satılan ürünlerin neredeyse yüzde 100’ü, Hollanda’da üretilip geliyor. Bunun hızlı teslimat açısından avantajlarını yaşıyoruz.

ÇEVRECİ BT ÇÖZÜMLERİ

Çevreci BT çözümleriniz pazarda büyük ilgi görüyor. Bu konuyu biraz açabilir miyiz?
HARUN ÖZTÜRK: Zaten Supermicro’yu rakiplerinden farklılaştıran ikinci önemli konu da “Green IT” olarak bilinen çevreci BT çözümleri. Verimliliği yüksek çevreci BT çözümlerine olan talep, her geçen gün artıyor. Bu bizim, son yıllarda üstüne basa basa vurguladığımız ve liderleri arasında yer aldığımız bir alan. Yüksek performansı, daha düşük alanlarda, daha düşük enerji maliyetleri ile sunabiliyoruz. Özellikle donanımların çalıştırılması ve soğutulması için geliştirdiğimiz inovatif çözümlerimiz sayesinde enerji tasarrufunda çok ileri

bir noktaya geldik. Sahip olduğumuz Kaynak Tasarrufu Mimarisi (Resource Saving Architecture) ile toplam satın alma maliyetlerinde çok ciddi oranlarda avantaj sağlıyoruz.

Sunucuya ödenen ücretlerin çok hızlı geri dönüşü oluyor diyebilir miyiz?
HARUN ÖZTÜRK: Enerji maliyetleri öyle bir hale geldi ki sunuculara yapılan yatırımın maliyeti enerji maliyetlerinin yanında "devede kulak" diyebiliriz. Dolayısıyla evet, sunucularımıza yapılan yatırımların dönüşü, çevreci BT çözümlerimiz sayesinde çok hızlı bir şekilde gerçekleşiyor.

Hedef kitlenizde hangi ölçekteki kuruluşlar ve sektörler var?
HARUN ÖZTÜRK: Hem sektör hem de müşterilerimizin ölçeği bakımından çok geniş bir perspektife sesleniyoruz. Hedef kitlemizde her ölçekten kuruluşu görmeniz mümkün. Çünkü performans da tasarruf da herkese gerekiyor. Çok büyük veri merkezleri için de, iki adet sunucu ile basit bir sanallaştırma yapmayı hedefleyen bir KOBİ için de ürün ve çözümlerimiz mevcut. Ancak çevreci BT çözümleri, elbette veri merkezleri için daha hayati bir öneme sahip. Çünkü veri merkezlerinin yıllık enerji maliyetleri inanılmaz boyutlara ulaştı. Özellikle soğutma için yapılan harcamaların haddi hesabı yok. O yüzden veri merkezleri, çevreci BT çözümlerini bir zorunluluk olarak dikkate alıyorlar. İlk proje maliyetleri artık bir anlam taşımıyor. Satın alma kararını verenler, artık üç yıllık, beş yıllık işletme maliyetlerine göre ilerliyorlar.

"Redington Türkiye çatısı altında her biri çok değerli, farklı alanlarda türünün en iyisi olan yazılım ürünleri, çözüm ve platformları, depolama ve yedekleme ürünleri bulunuyor. Supermicro, bu anlamda portföyümüzdeki önemli parçalardan birini, sunucu tarafında tamamlamış oldu. Tak-çalıştır mantığında farklı alanlarda farklı bütünleşik sistemleri oluşturmamız mümkün. Supermicro, iş yapma anlayışı ile bu tarz iş birliklerine açık, esnek bir marka ve bu bizi çok heyecanlandırıyor. En kısa zamanda da sonuçlarını göreceğimizi düşünüyorum.

Redington Türkiye olarak Supermicro için veri merkezlerine özel bir çalışmayı başlatmak üzereyiz. Finans ve telekom sektöründeki büyük kurumsal yapıların Tier 3, Tier 4 veri merkezlerinde müşteriye özel tasarımlarla yer almayı hedefliyoruz."

CENK SOYLUOĞLU
İş Birim Yöneticisi
Redington Türkiye

Türkiye pazarından beklentileriniz neler?
HARUN ÖZTÜRK: Türkiye'de Savunma Sanayi ve CCTV (kamera güvenliği) sektörlerinde çok iyi tanınıyoruz. Ulaştırma, finans, telekom, sigortacılık sektörlerinde büyük potansiyel görüyoruz ve bu sektörlere yönelik çalışmalarımız var. Önümüzdeki süreçte hızlı bir büyüme beklentimiz var. İki yıl içerisinde veri merkezleri tarafından en çok tercih edilen marka olmayı hedefliyoruz.

DÜŞÜK PUE DEĞERLERİ

Enerji verimliliği ölçümlerinde Supermicro ne vaadediyor?
HARUN ÖZTÜRK: Enerji maliyetleri ülkeden ülkeye, şehirden şehre ve hatta veri merkezinden veri merkezine değişebiliyor. Yani X veri merkezi enerjiyi Y biriminden satın alıyorsa; Z veri merkezi Y+2 birimden satın alabiliyor. O nedenle veri merkezlerindeki enerji verimliliğinin ölçümü PUE değeri ile yapılıyor. PUE, bir tesisin toplam gücünün, BT ekipmanı güç kullanım düzeyine bölünmesiyle elde ediliyor. PUE, 1'den başlayarak değer almaya başlıyor ve değerin "1" olması verimliliğin %100 olduğunu gösteriyor. Biz PUE değerinde iddialıyız. Kendi özel tasarımlarımızla, 1.1, 1.2 gibi çok küçük değerlere rahatlıkla ulaşabiliyoruz ki Türkiye'de sektör ortalaması 1.40, 1.50 civarında seyrediyor. Tabii biz 1.06 gibi daha düşük değerleri de görüyoruz. Ancak, çok fazla bileşen olması nedeniyle bu her zaman mümkün olamıyor. Müşterimizin kullandığı soğutma sisteminin markası, binanın mimari tasarımı bile belirleyici olabiliyor. Ayrıca veri merkezleri tek bir marka sunucu ile kurulmuş merkezler değil. Ürün çeşitliliği, o ürünlerin enerji kullanımındaki yaklaşımları da PUE değerini etkiliyor. O nedenle bazen bir veri merkezinin, sunucularının bir kısmında yaptığı bir değişiklikle, önceden 1.40, 1.50 olan PUE değerini 1.3'e düşürmesi bile büyük bir başarı anlamına gelebiliyor.

BÜTÜNLEŞİK SİSTEMLER

Bütünleşik sistemler konusunda iş birlikleriniz var mı?
HARUN ÖZTÜRK: Bütünleşik sistemler, Supermicro'nun son yıllarda odaklandığı konulardan bir tanesi. Red Hat ile bu anlamda iş birliği içindeyiz ve bu nedenle Redington'ın Red Hat'in de distribütörü olmasından memnuniyet duyuyoruz. Red Hat ile özellikle mühendislik tarafında son derece sıcak ilişkilerimiz var. Supermicro sunucularını ve Red Hat'in çözümlerini tüm ince ayarları yapılmış olarak bir araya getirip müşterilerimize yeni bir çözüm ailesi olarak sunmak önemli hedeflerimizden biri. Redington Türkiye'nin zaten bütünleşik sistemler konusunda ciddi bir deneyime sahip olması ve bu konuda başarılı örnekleri hayata geçirmiş olması da bizi oldukça motive ediyor.

Cenk Soyluoğlu, ilgili iş birim yöneticisi olarak siz bu noktada Redington adına neler söylemek istersiniz?
CENK SOYLUOĞLU: Redington olarak kendimizi ekosistemimizin birleştirici gücü olarak görüyoruz. Bütünleşik sistemler sunma hedefimiz de aslında bu gücün bir yansıması. Böyle bir iş birliği örneğini yakın zamanda hayata geçirdik. Redington Türkiye bünyesindeki teknik arkadaşlarımız Red Hat'in OpenShift ürünü ile Veritas'ın NetBackup yazılımını böyle bütünsel bir yaklaşımla bir araya getirdiler. Karşılaşılabilecek sorunları çözdüler, ciddi bir emek harcayarak, müşterilere yüksek fayda yaratacak bir çözüm sundular. Hem distribütörlüğünü üstlendiğimiz markaların teknolojik üstünlüğünü hem de Redington Türkiye'nin katma değerli distribütörlük anlayışını gösteren çok başarılı bir örnek oldu. Benzer bir projeyi de Supermicro ile birlikte hayata geçireceğiz.

İş birliğine açık ve esnek tavrınızla da farklılaştığınızı söyleyebilir miyiz, Harun Bey?
HARUN ÖZTÜRK: Kesinlikle! Farklılaştığımız bir alan da iş birliklerine açık bir yapımızın olması. Bu noktada aslında müşteri odaklı düşünüyoruz ve terzi işi çözümler sunuyoruz. Elbette ana başlıklarımız var ama aynı zamanda tamamen müşterilerimizi dinleyerek ürünlerimizi onların isteklerine uygun olarak tasarlayıp, dönüştürebiliyoruz. Bir iş ortağı bize başka bir marka ile çözüm üretmemiz konusunda bir istekle geldiğinde onu da değerlendiriyoruz. Başka üreticilerin böyle bir üretim esnekliğini sağlaması pek kolay değil.

"Verimliliği yüksek çevreci BT çözümlerine olan talep, her geçen gün artıyor. Bu bizim, son yıllarda üstüne basa basa vurguladığımız ve liderleri arasında yer aldığımız bir alan."

BİR BAŞARI HİKAYESİ:

Kredi Kayıt Bürosu Kurumsal Performansını Splunk ile Takip Ediyor

H. SERDAR ÇOLAK
Risk Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı
KREDİ KAYIT BÜROSU

> “Splunk ile kurmuş olduğumuz KPI izleme altyapısı, bize güçlü ve entegre bir kurumsal performans görselleştirme olanağı sunarken, bilgi güvenliği süreçleri kapsamında da makine öğrenmesi kullanan daha olgun bir yapıya geçmemizi sağladı.”

Kredi Kayıt Bürosu (KKB), Siber Güvenlik ve Tehdit İzleme Merkezi’nin geliştirilmesi ve Anahtar Performans Göstergeleri’nin (KPI) görselleştirilmesine yönelik olarak başlattığı kapsamlı projesinde, Splunk’ın IT Service Intelligence ve Enterprise Security çözümlerini kullanmayı tercih etti. Bu projede, Splunk iş ortağı Seynur ile birlikte çalışan KKB, hayata geçirdiği KPI altyapısını 2020 yılının ilk aylarından itibaren kurumsal süreç performansını anlık olarak ölçerek kurumsal iş verimliliğinin takibine yönelik kullanmaya başladı.

Splunk teknolojileri ile gerçekleştirdiğiniz projenin ayrıntılarına geçmeden önce Kredi Kayıt Bürosu’nun faaliyetlerine değinebilir miyiz?

SERDAR ÇOLAK (Kredi Kayıt Bürosu-Risk Yönetim Genel Müdür Yardımcısı): Kredi Kayıt Bürosu (KKB), sektörün önde gelen 9 bankasının ortaklığı ile 1995 yılında kuruldu.Kurulduğu günden bu yana da finansal teknoloji alanında yürüttüğü faaliyetlerini geliştirerek sürdürüyor. Bankalar, tüketici finansman şirketleri, leasing, faktoring ve sigorta şirketleri olmak üzere 200’e yakın üyesi bulunuyor. KKB, üyelerinden toplandığı müşteri bilgilerini birleştirerek, yine üyelerinin kredi risk yönetim süreçlerinde kullanabileceği bilgileri üreten bir yapıya sahip. Üyelerimizden topladığımız müşteri bilgilerini birleştirerek, yine üyelerimizin kredi risk yönetim süreçlerinde kullanabileceği bilgiler üretiyoruz. Gücünü teknoloji altyapılarından alan bu yapı, gelişmiş ürün ve hizmet portföyü ile finans sektörünün yanı sıra reel sektörün ve bireylerin de risk yönetim süreçlerine katkı sağlıyor. Kişi ve kurumların finansal itibarlarını yönetebilmeleri için önemli araçlar sunan KKB, 2014 yılında hayata geçirdiği finansal hizmet platformu Findeks ile, artık bir bankayla yolu kesişmiş, hayatına kredi kartı ya da kredi ürünleri girmiş olan herkes tarafından biliniyor. Findeks platformunun faaliyete geçmesinin hemen ardından, gerekli düzenlemelerle Findeks Karekodlu Çek Sistemi geliştirildi. Daha şeffaf ve güvenli bir ticaret hayatı için oldukça önemli adımlar atılması sağlandı.
Bununla birlikte, başta bankacılık ve finans sektörü olmak üzere kurumlara yönelik veri merkezi ve olağanüstü durum merkezi olarak hizmet veren KKB Anadolu Veri Merkezi de 2016 yılı Aralık ayında faaliyete başladı.

Finans dünyasında çok önemli roller üstlenen ve bir FinTech şirketi olarak görebileceğimiz KKB’yi, Splunk ve Seynur ile bir araya getiren ihtiyaçlar nelerdi?

S. ÇOLAK: Gerçekten de KKB’nin, Türkiye’nin FinTech kapsamında değerlendirilebilecek en köklü firmalarından birisi olduğunu söyleyebiliriz. Bankaların merkezinde konumlanmış ve odağında teknolojinin yer aldığı, ürün ve hizmetlerini yazılımlar ve veri merkezi kapsamında sağladığı altyapılar ile en üst sürdürülebilirlik seviyesinde sağlayan bir yapımız var. Bu doğrultuda, iş yapma tekniklerimizi karşılaştırabilmek, kendimizi kıyaslayabilmek ve geliştirebilmek amacıyla, finans ve teknoloji kurumlarına “benchmark” ziyaretleri gerçekleştiriyoruz. Splunk altyapısını, Siber Güvenlik ve Tehdit İzleme Merkezi çalışmaları hakkında yaptığımız bir referans ziyaretinde yakından inceleme fırsatımız oldu. İlk etapta siber güvenlik için oluşturduğumuz yapının desteklenmesi kapsamında bazı hayallerimiz vardı. Splunk’ın, verileri toplamanın yanı sıra analiz ve gösterge panelleri ile görselleştirme konularında da oldukça güçlü olduğunu farkettik. Bu noktada,

Anahtar Performans Göstergeleri (KPI) projesinde de faydalı olabileceğine dair değerlendirmelerimiz oluştu. Şirketimizin kurumsal anlamda üretim hattı süreçlerinin performansını izleyerek verimliliğini daha üst seviyeye çıkarabilmek adına benzer altyapıyı kullanabileceğimizi değerlendirdik. Dolayısıyla iki ana konu başlığında da Splunk ile ilerleyebileceğimizi düşündük. Sırasıyla KPI projemizi hayata geçirdik ardından da Siber Güvenlik ve Tehdit İzleme Merkezi altyapımızı daha olgun bir seviyeye getirdik.

Söz konusu projeler için hangi Splunk çözümlerini hayata geçirdiniz?

S. ÇOLAK: KKB bünyesinde, Splunk'ın IT Service Intelligence ve Enterprise Security çözümlerini kullanıyoruz. Splunk ile çalışmaya başladığımızda önceliklerimizden birisi, KPI'ların doğru ölçülmesi ve görselleştirilmesiydi. Bu nedenle öncelikle IT Service Intelligence çözümü üzerinde ilerledik. Yazılım kurulumları kapsamlı bir proje yönetimi sonucunda gerçekleştirildi. Süreç sahipleri ile birlikte KPI'lar belirlenirken, sistem analizi çalışmaları ile veri toplanacak sistemler tespit edildi ve yapılması gereken entegrasyonlar ortaya çıkarıldı.
Bu entegrasyonlar ile birlikte, verilerin en doğru şekilde gösterilebileceği grafikler ve Splunk uygulamasının sahip olduğu farklı görselleştirme araçları seçilerek gösterge panelleri hazırlandı. Sonrasında hazırlanan gösterge panelleri üzerinden, süreç sahipleri ile birlikte sonuçların teyidi gerçekleştirildi.

KPI Projesi ile hedefiniz neydi?

S. ÇOLAK: Hedefimiz, Anahtar Performans Göstergeleri'nin (KPI) belirlenmesi ve verimliliğimizde, kurumsal başarımızda önemli rol oynayan süreçlerimizin performansının gerçek zamanlı gösterge panelleri üzerinde izlenebilir olmasıydı. Bir finans ve teknoloji şirketi olarak, tüm süreçlerimize ilişkin performans göstergelerinin belilrenmesinin yanı sıra "Fikirden Ürüne" olarak adlandırdığımız bir fikrin oluşmasından gerçekleşmesine kadar gerçekleştirilen süreçler ile bu süreçlerin çıktılarına zaman ve kalite olarak doğrudan etkisi olan süreçlerin izlenmesi projedeki önceliğimiz oldu. Bu kapsamda 7 aylık bir çalışmanın sonunda tüm süreçlere ilişkin toplam 697 KPI belirlenerek, Ürün Geliştirme, Ürün Yönetimi, Yazılım Geliştirme, Bilgi Teknolojileri Proje Yönetimi, Değişiklik Yönetimi ve Talep Yönetimi süreçlerine ilişkin gerçek zamanlı izlenebilir gösterge panelleri hazırlandı.

"Makine öğrenmesi, sisteme uygulanabilir bir şekilde dahil ediliyor"

SELİM SEYNUR
Genel Müdür
Seynur BT

Kredi Kayıt Bürosu'nda (KKB) hayata geçirilen bilgi güvenliği ve KPI projesinin başarısını değerlendiren Seynur BT Genel Müdürü Selim Seynur, bir projenin başarısını, en klasik tabirle, 'insanlar', 'süreçler' ve 'teknoloji' unsurlarının uyumlu bir şekilde bir araya gelerek, olabildiğince düzgün bir üçgen oluşturabilmesine bağlıyor ve "Kredi Kayıt Bürosu'nda hayata geçirilen projede bu üç unsur, güzel bir üçgen oluşturmayı başardı. KKB'nin zaten kendi içinde çok yetkin, çoğu finansal kurum ve bankaya örnek olabilecek seviyede, oldukça geniş bir güvenlik ekibi var. Süreçlere, sorulacak sorulara, alınması gereken cevaplara son derece hakim bir ekip. Biz ise teknolojiyi derinlemesine bilen ekip olarak, neler yapılabileceğini çok iyi biliyorduk. Hep birlikte, ekipler arasında çok başarılı bir iş birliğinin gerçekleştiğine tanıklık ettik. Proje başarısında bu unsurlar çok önemliydi" diyor.

Selim Seynur, Splunk teknolojisinin ve sahip oldukları uzmanlığın yarattığı farkı ise şöyle özetliyor: "Elimizde Splunk gibi bir aracımız var. İnovatif indeksleme/sorgulama teknolojisi ve makine öğrenmesini gerçekten uygulanabilir biçimde sisteme dahil edebilmesiyle, gelenekselleşmiş yapılardan daha ileri bir yaklaşım vaadediyor. Daha proaktif çalışabilen bir altyapı, bir veri analiz platformu sağlıyor. Bunun üzerine, hem Seynur olarak bizim kendi müşterilerimizden, eğitim süreçlerimizden edindiğimiz deneyimi hem de Splunk'ın tüm dünyada hayata geçirdiği örnek uygulamalardan kazanılmış olan bilgi birikimini ekliyoruz."

PROJE HEDEFİ

Genel anlamda bütün bilgi güvenliği, siber güvenlik altyapısının istenilen seviyede izlenebilir olması. Anahtar Performans Göstergeleri'nin (KPI) belirlenmesi ve Ürün Geliştirme, Ürün Yönetimi, Yazılım Geliştirme, Bilgi Teknolojileri Proje Yönetimini kapsayan "Fikirden Ürüne" süreçlerinin ve bu süreçlere zaman ve kalite bakımından doğrudan etkisi olan Değişiklik ve Talep Yönetimi süreçlerinin performansının gerçek zamanlı gösterge panelleri üzerinde izlenebilir olması.

Ne kadar süredir tüm gösterge panelleri kullanılır durumda?

S. ÇOLAK: Tüm süreçlerin üzerinden geçilmesi, hepsinin analizlerinin gerçekleşmesi, arka tarafta hangi verilerin nasıl alınacağının hesaplanması, tasarımların oluşturulması, entegrasyonların yapılması, zaman alan ve titizlikle yürütülmesi gereken bir çalışmaydı. Alanında uzman ekiplerimizin yoğun çalışmalarıyla yaklaşık 7 ay içerisinde tamamlanan proje sonucunda üst yönetim dahil olmak üzere yöneticilere yönelik farklı gösterge panelleri ve raporlamaları sunmaya başladık. 2020 yılının başından itibaren de gösterge panellerimizi, KKB'nin kurumsal anlamda genel performansını ölçebilecek düzeyde verimli olarak kullanıyoruz.

Güvenlik tarafında Splunk'ı nasıl konumlandırıyorsunuz?

S. ÇOLAK: KKB'yi özellikle finansal kurumların bireysel veya kurumsal müşterilerinin kredili ürünlere ilişkin geçmiş ödeme performanslarını görüntüleyebildikleri, finans dünyasına yönelik bir veritabanı olarak düşünebiliriz. Kurum olarak bulunduğumuz stratejik konum nedeniyle barındırdığımız verilerin güvenliğini sağlamak adına deneyimli ve uzman ekibin yanı sıra üst düzey koruma altyapı sistemlerine sahibiz. Kurumumuzun öncelikleri arasında yer alan bilgi güvenliği konusunda zaman içerisinde değişen ihtiyaçlara uygun olarak farklı teknolojileri devreye alıyor ve güvenlik altyapımız ile koruma sistemlerimizi sürekli geliştiriyoruz. Son olarak bulunduğumuz noktada güvenlik yapımız içerisinde Splunk, merkezi olarak konumlandırdığımız kritik ürünlerden biri olarak yer alıyor.

Splunk'ın bu şekilde konumlandırılması, nasıl bir fark yarattı güvenlik ve koruma anlayışınızda?

S. ÇOLAK: Gelişen teknolojilerle birlikte yeni tehdit ve riskler de hayatımıza giriyor, biz de altyapımızı bu doğrultuda güncelliyoruz. Splunk ile beraber, kendi kendine öğrenen bir sisteme geçmiş

olduk. Belli başlı trendleri sistem kendisi anlayıp bize uyarılarda bulunuyor. Bu yeni yapıyı oluşturmak için Splunk'ın bize sağlamış olduğu en iyi referansların bilgi birikiminden yararlandık. Yurtdışından farklı tecrübelere sahip ekiplerin geliştirmiş olduğu, farklı atak türlerini tespit etmeye yönelik yöntemleri de kendi sistemlerimiz içerisine almış olduk. Splunk sadece bir güvenlik olay yönetimi aracı değil aynı zamanda büyük veri analiz platformu olmasından dolayı güvenlik analizi süreçlerine, tehdit avcılığına (threat hunting) oldukça hız kazandırdı.

Hayata geçirdiğiniz bu projelerin ardından üst yönetim tarafında nasıl bir dönüşüm yaşandı?

S. ÇOLAK: KKB'nin, genel müdüre bağlı genel müdür yardımcıları ve direktörlerden oluşan bir üst yönetimi bulunuyor. Splunk ile hayata geçirdiğimiz KPI izleme altyapısını kurum içerisinde kullandığımız pek çok uygulama ile entegre ettik. Üst yönetimimizi oluşturan yöneticilerimiz, böylece süreçsel ve operasyonel performansı izleyebilecekleri bir görselleştirme altyapısına kavuşmuş oldular. Dolayısıyla üst yönetimimizi yeni analiz yetenekleri ile desteklemiş olduk. Ayrıca bilgi güvenliği tarafında da üst yönetim ile iletişim anlamında önemli kazanımlar elde edildi.

Bilgi güvenliği tarafında üst yönetimi etkileyecek ne gibi kazanımlar elde edildi?

S. ÇOLAK: Belirttiğim gibi daha önce de merkezi olarak adreslediğimiz bir güvenlik sistemimiz vardı. Dolayısıyla bizim beklentimiz mevcut sistemi hem geliştirebilecek hem de mevcut sistemdeki tüm noktaları kapsayacak bir altyapıya ulaşmaktı. Bilgi Güvenliği ölçülmesi zor bir kavramdır. Splunk ile beraber Bilgi Güvenliği süreçleri için yüzden fazla metriği ölçmeye başladık. Bu sayede kurumumuzun güvenlik görünümünün sürekli olarak gelişimini, iyileşmesini sağlayabiliyoruz. Bugünün metrik değerlerinin, dünden, yarının değerlerinin de bugünden iyi olması için öncelikle sağlıklı bir ölçüm mekanizması gereklidir.
Zaafiyet Yönetimi, Yazılım Güvenliği, Sistem Güvenliğine dair tüm kritik süreçlerin metriklerini üst yönetim ile paylaşıyoruz. Bu da güvenlik süreçlerinde şeffaflığı sağlarken aynı zamanda güvenlik süreçlerine üst yönetimin aktif katılımını sağlıyor.

Buna neden ihtiyaç duydunuz?

S. ÇOLAK: Finans dünyasında bilgi güvenliği, yönetim kurulu seviyesinde tartışılan, yatırım kararları en üst seviyelerde alınan bir konu haline geldi. Dolayısıyla buradaki riskleri daha güçlü bir şekilde ön plana çıkarabilmek için anlaşılır bir şekilde sunabilmek gerekiyor. Bunun da en iyi yolu, gerçek verilerden oluşan raporlamaları üretebilmekten, bir bakışta anlaşılabilecek gösterge panelleri tasarlamaktan geçiyor. Biz de buna yönelik bir çalışma yaptık.

Projelerin hayata geçiriliş sürecinde, Splunk iş ortağı Seynur ile yürütülen iş birliğini değerlendirir misiniz?

S. ÇOLAK: Seynur, Splunk uygulaması konusunda Türkiye'deki en eski danışmanlık firmalarından biri. Bünyesinde son derece yetkin veri madencileri bulunuyor. KPI projesi kapsamında Seynur'dan etkin bir destek aldık. Gereksinim analizlerinin yapılması, entegrasyonlar ve Splunk uygulaması üzerinde tanımlanan gösterge panellerinin tanımlanması çalışmalarında çok yakın çalışma imkânı bulabildik. Bu da proje sürecinde karşımıza çıkan değişikliklere ve güncellemelere hızlı bir şekilde adapte olabilmemizi sağladı.

Merkezinde Splunk çözümlerinin yer aldığı geleceğe yönelik planlarınız var mı?

S. ÇOLAK: Mevcut durumda yöneticilerimiz, Splunk uygulaması üzerinde tanımlanmış KPI'lardan faydalanmaya başlamış durumdalar. Önümüzdeki dönemde, sistem üzerinden görüntülenip raporlanabilecek KPI'lar ve gösterge panelleri önceliklendirilerek, kurumdaki tüm süreçlere yaygınlaştırılması sağlanacak. Ayrıca, tanımlanan gösterge panellerine ilişkin ihtiyaç duyulacak yeni KPI ve/veya gösterge panellerinin oluşturulmasına yönelik çalışmalar yürütülmesi de gündemimizde yer alıyor.

Pandeminin etkilerini ve buna yönelik gösterge panellerinde ortaya çıkan sonuçları sormak istiyoruz. Splunk altyapısından bu süreçte de yararlandınız mı?

S. ÇOLAK: Elbette yararlandık. Veriye ve bilgiye ihtiyaç bu süreçte de kendisini gösterdi. Özellikle kriz dönemlerinde ne kadar çok veriye sahip olursanız ve bunu ne kadar çok bilgiye çevirebilirseniz, işinize hâkimiyetiniz o kadar artıyor. Biz de pandemi ile beraber iş yapış şeklimizi değiştirdik ve uzaktan çalışma modeline geçtik. Dolayısıyla uzaktan erişimi sağlayan sistemlerden almamız gereken farklı

PROJE ADIMLARI

- >> **Güçlü uygulamalar, global kütüphaneler kullanılarak ve süreç sahipleriyle düzenli toplantılar yapılarak, Anahtar Performans Göstergeleri (KPI) belirlendi.**
- >> **KPI'ların hesaplama metotlarına uygun olacak şekilde sistem entegrasyon ve geliştirme gereksinimleri analiz edildi.**
- >> **KPI'lar, kişisel, organizasyonel ve stratejik hedeflerle olan ilişkilerine göre sınıflandırıldı.**
- >> **Kapsamda belirtilen KPI'lara ait gösterge panelleri tanımlandı.**
- >> **Oluşturulan KPI'ların ölçümlenmesiyle birlikte, süreç sahipleri ile sonuçlara dair mutabakatlar yapıldı.**

KREDİ KAYIT BÜROSU HAKKINDA

Kredi Kayıt Bürosu (KKB), sektörün önde gelen 9 bankasının ortaklığı ile 11 Nisan 1995 tarihinde kuruldu. KKB'nin, bankalar, tüketici finansman şirketleri, leasing, faktoring ve sigorta şirketleri olmak üzere 200'e yakın üyesi bulunuyor. KKB, üyelerinden topladığı müşteri bilgilerini birleştirerek ürettiği bilgileri, kredi risk yönetim süreçlerinde kullanılmak üzere yine üyeleri ile paylaşmayı sağlayan bir yapıda hizmet sunuyor.

2013 yılı Ocak ayında hayata geçirdiği Çek Raporu ve Risk Raporu hizmetleri ile KKB, yalnız finansal kuruluşlara değil aynı zamanda bireylere ve reel sektöre yönelik hizmetler de sunmaya başladı. Kişi ve kurumların finansal itibarlarını yönetebilmeleri için önemli araçlar sunan KKB, 2014 yılında bireylere ve reel sektöre yönelik olarak tasarlanan finansal hizmet platformu Findeks'i kullanıma açtı. 2015 yılında hayata geçen, 2016 yılında yasa ile kullanımı zorunlu hale gelen ve 1 Ocak 2017 itibarıyla yürürlüğe giren Findeks Karekodlu Çek Sistemi ile KKB daha şeffaf ve güvenli bir ticari hayat için oldukça önemli bir adım atılmasını sağladı. Bununla birlikte, 2016 Aralık ayında faaliyete başlayan KKB Anadolu Veri Merkezi ile başta bankacılık ve finans sektörü olmak üzere kurumlara yönelik veri merkezi ve olağanüstü durum merkezi hizmetlerini sunan KKB, finansal teknoloji alanında yürüttüğü faaliyetlerini geliştirerek sürdürüyor. 2020 yılı itibariyle hayata geçirilen KKB Ar-Ge Merkezi ile KKB, yenilikçi ürün ve hizmetlerini inovasyon ve teknolojiyi merkeze alarak geliştirmeye devam ediyor.

> **"Pandemi sürecinin başından itibaren Splunk ile farklı gösterge panelleri ve raporlamalar tasarladık. Hatta şirketin genel olarak pandemi sürecindeki verimliliğini, yani uzaktan çalışma etkisini değerlendirebileceğimiz üst düzey raporlar oluşturduk."**

ELDE EDİLEN SONUÇLAR VE FAYDALAR

- **Yaklaşık 400 insan/gün ile gerçekleştirilen bir çalışmanın sonucunda, 773 iş süreci için 697 KPI belirlendi.**
- **KPI'ların %86'sı sistemlerde oluşan verilerden beslenecek şekilde uygulamalara adreslendi.**
- **Belirlenen KPI'ların %74'ü doğrudan performans ölçümü, %26'sı ise bilgi sağlayıcı olarak sınıflandırıldı.**
- **Performans KPI'larının türlerinin dağılımı %54'ü zaman, %39'u kalite ve %7'si maliyet ölçümüne yönelik olacak şekilde belirlendi.**
- **"Fikirden Ürüne" süreçlerini kalite ve zaman açısından doğrudan etkileyen süreçleri kapsayan 301 KPI, gösterge panelleri üzerinde görselleştirildi.**
- **Tüm bu çalışmaların paralelinde, yazılım ve sistem güvenliğine yönelik KPI'lar da ayrıca takip edilmeye başlandı.**
- **Üst yönetimin objektif kararlar verebilmesini destekleyen ve üst yönetim tarafından çok sık kullanılan bir KPI izleme ve raporlama yapısı kurulmuş oldu.**
- **Süreçlerde verimliliğin düşük olduğu noktalar tespit edilerek, iyileştirme yapılması sağlandı.**
- **Üretim kalitesini ve hızını artırıcı bir etki yaratıldı.**
- **Yatırım kararlarının verilmesi kolaylaştı ve daha fazla veriye dayalı hale getirildi.**

raporlama ihtiyaçları doğdu. Uzaktan çalışma sürecini destekleyen altyapıların performansı ve güvenliği yakından takip ettiğimiz konular olarak ön plana çıktı. Pandemi sürecinin başından itibaren Splunk ile farklı gösterge panelleri ve raporlamalar tasarladık. Hatta şirketin genel olarak pandemi sürecindeki verimliliğini, yani uzaktan çalışma etkisini değerlendirebileceğimiz üst düzey raporlar oluşturduk. Özetle, Splunk sistemini kullanarak, çeşitli değerlendirmeler ve analizler yapma fırsatı elde ettik.

Verimlilik sonuçları nasıldı?

S. ÇOLAK: Pandemi döneminde, üye ve müşterilerimizden gelen talepleri karşılama noktasında iş hacmimizin artış göstermesiyle birlikte verimliliğimizin de aynı oranda artış sağladığını söyleyebiliriz.
Bu süreçte gerçekleştirdiğimiz verimlilik değerlendirme ve analiz çalışmaları sonucunda özellikle 2020 yılı Mart ve Temmuz ayları arasında üretim hattı performansında yüksek oranda bir artış tespit ettik.

SPLUNK HAKKINDA

Splunk, veri ve eylem arasındaki engelleri ortadan kaldırarak, veri çağında herkesin başarılı olması için tasarlanan dünyanın ilk "Veriden Her Şeye" platformunu sunuyor. Splunk, IT operasyonlarının yönetimi/ izlenmesi ve yüksek güvenlik ihtiyaçlarına çözüm getiren web tabanlı bir yazılım platformu. Log dosyaları, config dosyaları, diğer uygulamalardan gelen uyarı mesajları gibi onlarca farklı kaynaktan gelen bilgileri gerçek zamanlı olarak analiz edip indeksliyor, içerisinde arama yapılmasını sağlıyor ve bunlardan grafikler, raporlar, uyarılar ve izleme ekranları oluşturabiliyor. Kuruluşların IT'ye yönelik güvenlik risklerini ortadan kaldıran, kullanımı kolay, bakım gerektirmeyen Splunk, dünyada kurumsal big data projelerindeki başarılı kullanımı ile de dikkat çekiyor.

BT, DevOps ve güvenlik ekiplerini, kuruluşlarının dijital dönüşümünü, herhangi bir kaynaktan, herhangi bir zaman ölçeğinde sağlanan verilerle gerçekleştirebilmeleri için güçlendiriyor.

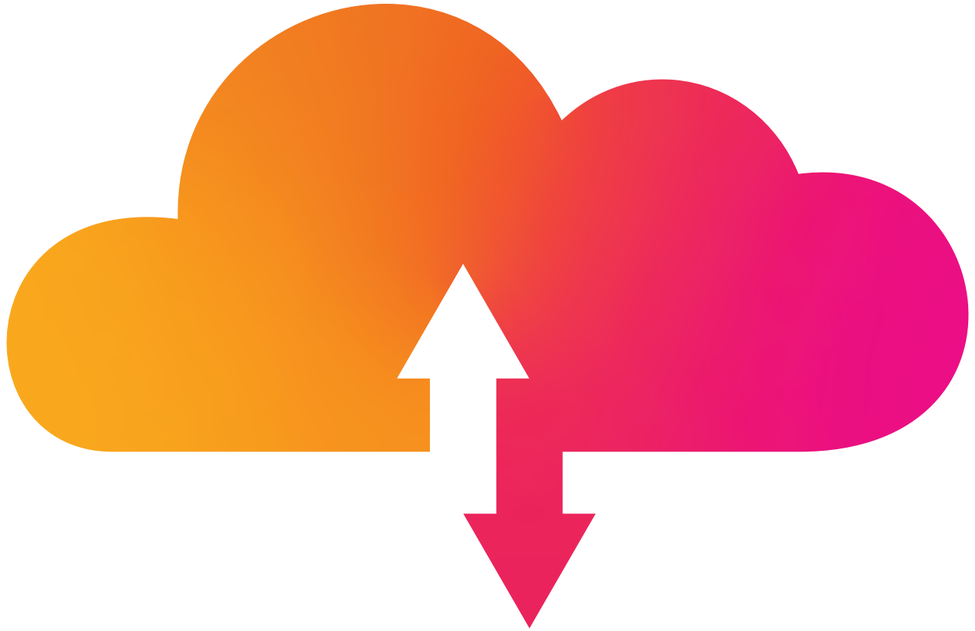
SEYNUR HAKKINDA

2006 yılında kurulan ve 2010 yılından bu yana Splunk ile iş ortaklığı olan Seynur, güvenlik, veri analizi ve veri inceleme alanlarındaki uzmanlığı ile öne çıkıyor ve müşterilerine veri odaklı çözümler sunmayı hedefliyor. Redington ekosisteminin değerli bir üyesi olan Seynur, Türkiye'yi Splunk ile ilk kez 2010 yılında tanıştıran teknoloji şirketi olarak da biliniyor.

Redington | splunk>>

360º VERİ ANALİZİNDE
TÜM ÇÖZÜMLER TEK ADRESTE
SPLUNK CLOUD

Şirketinizin iş ve müşteri anlayışını derinleştirmek, siber güvenlik risklerini azaltmak, hizmet performansını iyileştirmek ve maliyet avantajı sağlamak için 360º veri analizi ve faydaya dönüştürülebilir içgörüler sunan Splunk Cloud'u tercih edin. "All-in cloud" çözümü sunan Splunk Cloud ile, ihtiyacınız olan tüm güvenlik ve analize tek çözümle sahip olun.



- Bulut hizmeti aracılığıyla sıfır altyapı maliyeti
- 2 gün içinde yayına erişim
- %100 çalışma süresi garantisi
- 700 üzerinde zengin splunkbase uygulaması
- Çoklu bulut özelliği

Bilişim ekosisteminin birleştirici gücünü yakından tanımak için,
redington.com.tr • 0216 316 50 50

Güçlü Bir Distribütörün Varlığı Pazarın Büyümesine de Katkıda Bulunuyor

Seynur BT, Redington ekosisteminin alanında uzmanlaşmış, global platformlarda da kabul gören, bilgisine başvurulan değerli bir üyesi. Seynur BT Genel Müdürü Selim Seynur ile Redington Türkiye ekosisteminde yer almanın kendilerine sağladığı katkılar, Splunk teknolojileri ve Splunk üzerinde geliştirdikleri MITRE ATT&CK App hakkında görüştük.

SELİM SEYNUR
Genel Müdür
Seynur BT

> Redington'ın Türkiye'ye gelmesiyle birlikte, hem ticari taraftaki çoğu finansal soru işaretlerini, hem de müşteri tarafındaki çekinceleri ortadan kaldıran bir yapı oluştu. Ayrıca, iş ortağı ağının büyümesi, pastanın büyümesine de katkıda bulundu.

Seynur BT'nin Splunk uzmanlığı, artık global platformlarda da bilinen bir durum. Öncelikle, sahip olduğunuz deneyim hangi yıllara uzanıyor öğrenebilir miyiz? 2021 yılına hangi yollardan geçerek geldiniz?

SELİM SEYNUR (Seynur BT-Genel Müdür): Aslında, birkaç cümleye sığacak şekilde anlatabileceğim bir hikayemiz var. Splunk, bilindiği gibi 2004 yılında kurulmuş, yıkıcı/yenilikçi teknolojisi ile dikkat çekmiş ve bugüne gelmiş bir teknoloji şirketi. Benim Splunk ile tanışmam 2005 yılında oldu. O sırada, yine bilgi güvenliği alanında, yurtdışında çalışıyordum. Bir proje vesilesiyle değerlendirdiğimiz SIEM (Security Information and Event Management – Güvenlik Bilgileri ve Olay Yönetimi) ürünleri arasında Splunk da yer alıyordu. O zaman, daha ilk versiyonu bile Beta halindeydi ama ilgimi çekmişti. 2006 yılının sonuna doğru Türkiye'ye döndüm ve sonrasında 2008'de Teknokent'te Security as a Service modelinde bir projemiz için Splunk'ı değerlendirdik. O yıllarda Splunk henüz bilinmiyordu ama benim Splunk ile iletişimim hep devam etti. 2010 yılına geldiğimizde Splunk ile bir anlaşma yaptık ve iş ortağı olduk. 2011 yılında da Splunk'ın Türkiye'deki ilk müşterisi için hizmet verdik.

Splunk iş ortağı olarak Redington Türkiye çatısı altına girmeniz nasıl gerçekleşti?

S. SEYNUR: O yıllarda Splunk'ın Türkiye'de yaygınlaşma konusundaki en önemli engeli güçlü bir distribütörünün olmayışıydı. 2016 yılında, o zamanki adıyla LinkPlus şimdiki adıyla Redington Türkiye ile bir distribütörlük anlaşması imzalandı. Bu gelişmeyle birlikte de hakikaten Splunk'ın sektördeki bilinirliği ve yaygınlığı artmaya başladı.

Sizin için Redington Türkiye'nin nasıl etkileri, avantajları oldu?

S. SEYNUR: Güçlü bir distribütörün varlığı pazarın büyümesine de katkıda bulunuyor. Redington'ın Türkiye'ye gelmesiyle birlikte, hem ticari taraftaki çoğu finansal soru işaretlerini, hem de müşteri tarafındaki çekinceleri ortadan kaldıran bir yapı oluştu. Ayrıca, iş ortağı ağının büyümesi, pastanın da büyümesine katkıda bulundu. Belki bizim rakiplerimiz arttı ama genele bakıldığında bunun olumlu etkilerini yaşadığımızı düşünüyorum. Bunun elbette bizim iş yapma anlayışımızla da yakından ilgisi var. Türkiye'deki sistem entegratörü mantığıyla, ürün yelpazesini genişletip çok satış yapmaya odaklanan bir yapımız yok. Biz dikey bir yaklaşımla iş yapıyoruz. Bu pazarda, sahip olduğumuz uzmanlık ve entelektüel sermayenin ciddi bir değeri var. Derinleştiğimiz hizmetlerle öne çıkıyoruz. Dolayısıyla iş ortağı ağının artması pastanın büyümesi ve iş fırsatlarının artması anlamına da geliyor. Ayrıca, farklı iş ortaklarıyla sinerji yakalamamız, iş ortaklığı yapmamız da mümkün oluyor.

Bunların dışında Redington Türkiye distribütörlüğünün, pazarlama ve tanıtım faaliyetleri açısından da olumlu etkilerini yaşadık. Örneğin, pandemi öncesinde düzenlenen Splunk Dicovery Day, Splunk uzmanlarını, Splunk müşterilerini ve iş ortaklarını bir araya getiren çok verimli bir etkinlik oldu.

Bu tip etkinliklerin çok faydası olduğuna inanıyorum ve pandemi sonrasında yeniden bu tip etkinliklerde buluşmayı özlemle bekliyoruz.

Splunk'ın en eski kullanıcısı ve iş ortağı olarak, Türkiye pazarındaki gelişimine yakından tanıklık ettiniz. Bize biraz izlenimlerinizi anlatır mısınız?

S. SEYNUR: Splunk çok başarılı bir üretici. Ürünün kendisi de pazarlaması da çok başarılı. Biz de bunun avantajlarını yaşıyoruz. Elbette Türkiye'de tanınmasında Seynur olarak bizim de katkımız oldu. Kapı kapı dolaşıp Splunk anlattığım bir dönemin birikimi de var mutlaka. Bütün bunlar ve distribütörün de katkısı bir araya gelince, ayrıca Gartner gibi bağımsız araştırma kuruluşlarının raporları da liderliğini tescilleyince, Türkiye'de kaçınılmaz bir başarı elde etmeye, talep görmeye başladı. Öyle ki müşteri aramaya vaktimiz olmuyor, gelen talepler doğrultusunda ilerliyoruz. Sadece kaliteli hizmet vermeye odaklanıyoruz ve Splunk da bize bunu sağlıyor. Müşteri tarafında güven uyandıran bir distribütörün desteği de olunca, ilerlemek herkes için çok daha kolay oluyor.

> **Redington Türkiye distribütörlüğünün, pazarlama ve tanıtım faaliyetleri açısından da olumlu etkilerini yaşadık. Örneğin, pandemi öncesinde düzenlenen Splunk Dicovery Day, Splunk uzmanlarını, Splunk müşterilerini ve iş ortaklarını bir araya getiren çok verimli bir etkinlik oldu.**

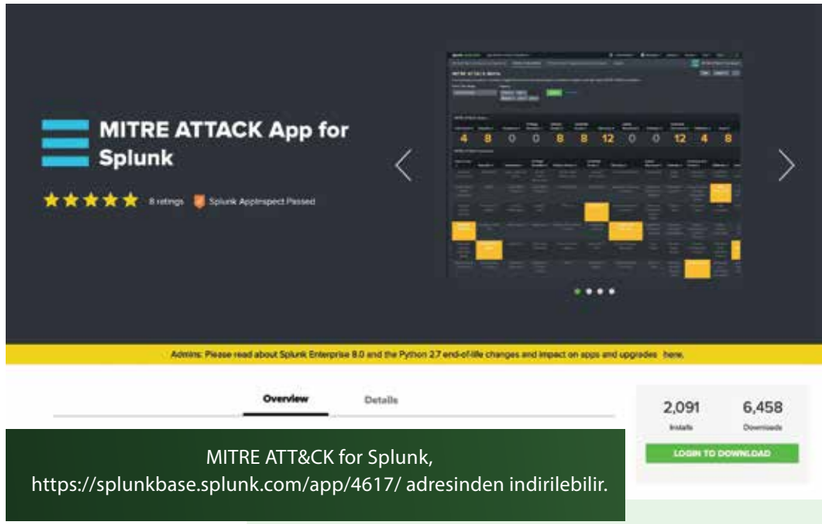
Splunk'ın bir çok alanda kullanılması mümkün ama istisnaları olsa da siz daha çok IT Operasyonu ve Güvenlik alanında uzmanlaştınız. Neden?
S. SEYNUR: Çünkü, her şeyi yapabilirsiniz ama her şeyi iyi yapamazsınız. "İyi olduğumuz alanda derinleşmek daha değerlidir" diye düşünüyoruz. Evet, bizim asıl derinleştiğimiz alan güvenlik olsa da Splunk aslında bir veri platformu ve bu platform ile 'n' tane farklı kullanım senaryosuna dokunabilirsiniz. Hatta başlangıçta, "Bu veri platformunu nasıl kullanırız, BI'da kullanır mıyız IoT'de kullanır mıyız" diye inceledik. Sonra odağımızı sınırlamamız gerektiğine karar verdik. Son üç dört yıldır da IT Operasyonu ve Güvenlik alanlarında hizmet veriyoruz. Elbette "Splunk ve IoT kullanım senaryosu" için bize gelen bir talebi de reddetmiyoruz ama açıkça asıl uzmanlık alanımızı belirtiyoruz. Lisans satmaktan çok, çözüm üretmeye odaklıyız. Çözüm üretebildiğimiz sürece de lisans satışı zaten kendiliğinden geliyor.

IT Opreasyonu ve Güvenlik konularında çözüm geliştiriyorsunuz. Peki IT ve Güvenlik orkestrasyonu tarafında çözümü var mı Splunk'ın?
S. SEYNUR: Splunk'ın Güvenlik Orkestrasyonu ve Otomasyonu konusunda Phantom adını verdiği bir ürünü var. IT operasyonu tarafındaki orkestrasyon için de VictorOps diye bir ek ürünü daha var. Hatta bu ürün, son olarak Splunk On-Call adını aldı. Fakat bunların piyasada yaygınlaşması için biraz daha zaman var. Henüz kuruluşlar bu tarz yaklaşımlar için hazır değiller. Az sayıdaki kuruluş merak ediyor ve ilgileniyor ancak tıpkı Yapay Zekâ ve makine öğrenmesinde olduğu gibi daha işin çok başındalar. Elbette zaman içerisinde bu konuları da müşterilerimizle değerlendireceğiz. Her kuruluş, belli olgunluk seviyelerine geldikçe, ihtiyaçları da artacak. Biz de o ihtiyaçları destekleyecek bilgiyi ve ürünleri sağlayabileceğiz.

Sizin Seynur olarak Splunk uzmanlığınızı bir anlamda tescilleyen ve global bilinirliğinize de katkıda bulunan bazı uygulamalarınız da var. Biraz bu konudan da söz edebilir miyiz?
S. SEYNUR: Splunk için geliştirdiğimiz MITRE ATT&CK aplikasyonu, özellikle Amerika'da epey talep gördü. İndirilme sayısı 6 bin 500'e ulaştı. İlk versiyonunu Haziran 2019'da, son versiyonunu ise 14 Nisan'da (2021) yayınladık. Güncellemeye de devam ediyoruz. MITRE (mitre.org), Amerika'da devletle yakın çalışan bir araştırma organizasyonu. Burada, MITRE ATT&CK adı altında, güvenlikle ilgili atakların incelendiği bir framework de var. Bu yapı altında pek çok çalışma yapmak ve aplikasyon geliştirmek mümkün. Güvenlikle ilgilenen mühendisler, Güvenlik Operasyon Merkezi tarafında çalışan analistler, araştırmacılar, MITRE ATT&CK altyapısını kullanarak, atağın süreci, atak süresince neler olduğu ve bunların nasıl belirleneceğiyle ilgili araştırmalar yapıyorlar. Bizim geliştirdiğimiz "MITRE ATT&CK for Splunk" ile yaptığımız da bu framework'ü Splunk üzerinde uygulanabilir hale getirmek oldu. Bu da aslında, bir müşterimizden gelen talep üzerine oldu. Bize, "Gelen saldırıları görselleştirmek istiyoruz, nasıl yapabiliriz" diye bir soru ile geldiler. Orada framework'ün kendi içinde kullandığı görseller, araçlar var. Biz bunları ilk etapta Splunk üzerinde görselleştirdik. Splunk'ın zaten SIEM modülü de var. Onunla entegre olacak şekilde işe başladık, daha sonra gelen taleplerle beraber işin boyutu değişti. Dediğim gibi nisan sonu itibariyle MITRE ATT&CK for Splunk, yaklaşık 6500 indirilme sayısına ulaştı. Aktif kurulumu ise 2 bin 100 civarında.

İndirmelerin bölgelerdeki dağılımı nasıl?
S. SEYNUR: İndirmelerin yaklaşık yüzde 50'si Amerika kaynaklı. Türkiye'den indirme sayısı maksimum 20 adede ulaşıyor ki bu da normal. Kalanı ise İngiltere, Almanya, Fransa, Avusturya gibi daha çok Avrupa ülkelerinde dağılıyor.

Bu gelir getirici bir faaliyet olamamakla birlikte Seynur isminin global çapta bilinirliği için önemli olmalı, değil mi?
S. SEYNUR: Gelir elde etme amacı gütmeyen çalışmalar bunlar ve açık kaynak kodlarla yer aldık zaten. İndirenler, uygulamayı bütün kodlarıyla indiriyorlar. Bizim burada eklediğimiz bir değer de söz konusu. MITRE framework'te, gelen saldırıların fark edilmesini sağlayan kuralların belirlenmesi konusu var. Splunk'ın Enterprise Security çözümü, hazır kurallarıyla geliyor. Bu kuralların MITRE framework kurallarına uygun olanları, yani eşleşenleri var. "MITRE ATT&CK for Splunk", şu aşamada genişletilmiş kuralların olduğu kendi aplikasyonumuzla entegre durumda. Belli sayıda kuralı zaten Splunk kullanıcısı olmasanız da ücretsiz olarak MITRE üzerinden indirip kullanmanız mümkün. Biz de bunlara ek olarak kendi geliştirdiğimiz API (www.seynur.com/api) hizmeti ile indirilebilen yeni kurallar yazıyoruz bir yandan ve bu iş için belli bir kaynak ayırıyoruz. Belki ileride bu kurallarla zenginleştirdiğimiz kendi aplikasyonumuzu ticari bir ürüne dönüştürme şansımız da olabilir. Ancak sizin de dediğiniz gibi bu çalışmanın bilinirliğimize katkısı olduğunun biz de farkındayız. Dünyanın farklı ülkelerinden e-posta ile sorular gelmesinden ve bu sorulara cevap vermekten memnuniyet duyuyoruz.



MITRE ATT&CK for Splunk, https://splunkbase.splunk.com/app/4617/ adresinden indirilebilir.

> **Splunk için geliştirdiğimiz MITRE ATT&CK aplikasyonu, özellikle Amerika'da epey talep gördü. İndirilme sayısı 6 bin 500'e ulaştı. İlk versiyonunu Haziran 2019'da, son versiyonunu ise 14 Nisan'da (2021) yayınladık.**

Güvenlik Çözümlerimiz Tüm Kategorilerde Talep Görüyor

Trend Micro Kanal Yöneticisi Mehmet Dağdevirentürk, pandemi sürecinde siber güvenliğe yönelik ihtiyaçlardaki değişimi değerlendirdi.

MEHMET DAĞDEVİRENTÜRK
Kanal Yöneticisi
Trend Micro

Trend Micro'nun her yıl siber güvenlik kapsamında önemli raporlar yayınladığını biliyoruz. Pandemi sürecinde de saldırılara dair raporlar yayınladınız. Sizin bu konudaki değerlendirmelerinizi alabilir miyiz?
MEHMET DAĞDEVİRENTÜRK: Pandemi süresince şirketlere en önemli saldırı kanallarından biri e-posta oldu. Üstelik çok farklı tekniklerle çok ciddi saldırılar gerçekleşti. Dört tane yeni hacker gurubu tespit ettik. Bunlar, son derece organize, arkalarında yüzlerce çalışanı olan, pazarlama müdürleri falan olan şirketleşmiş yapılar aslında.

Bunlardan bazılarının isimlerini verebilir misiniz?
MEHMET DAĞDEVİRENTÜRK: Lazarus, Tropic Trooper bunlardan ikisi örneğin. Başlarında bir CEO olan son derece profesyonel yönetilen şirketler. Pandemi süresinde hastanelere saldırıda bulunacak kadar da kötü niyetli olabiliyorlar. Tehditlerini yaparken istedikleri fidye üzerinden indirim teklif edebiliyorlar. Pazarlama stratejileri geliştirebiliyorlar. Komik gelebilir ama gerçek bunlar. Kişiye, kuruma özel kampanya yapabiliyorlar yani. Bunların özellikle bireysel olanları blöf yani spam oluyor ama insanları korkutabiliyor. Bu şekilde paralarını kaptıran insanların hikayelerini duyabiliyoruz. Teknoloji okuryazarlığı arttıkça bu tip tehditler işe yaramıyor tabi. Kurumsal tarafta ise zaten işimiz çok kolay. Amaca uygun güvenlik araçları ile bu tip saldırılar engellenebiliyorlar.

Daha çok hangi kuruluşlar hedef alındı bu süreçte?
MEHMET DAĞDEVİRENTÜRK: Pandemi süresince, ağırlıklı olarak lojistik şirketleri, teknoloji şirketleri ve hükümetler hedef alındı. Bunun niye olduğu zaten çok açık. Bu sektörler kontrolü daha fazla eline almış olan, çok daha fazla işlem yapan sektörler. Ortada dönen finansal rakamlar da bu sektörlerde büyük bir artış gösterdi. Özellikle buluta doğmuş online alışveriş ve lojistik şirketleri daha fazla siber saldırıya açık hale geliyorlar. Böyle saldırılar sonucu bir şirketin tahmini ortalama zararı 1.3 milyon doları bulmuş durumda.
Sadece pandemi döneminde, büyük işletim sistemi ve altyapı üreticileri, bugüne kadar hiç yayınlamadıkları sayıda güvenlik açığı ve yaması yayınladılar.

Bireysel tarafta neler yapılabilir?
MEHMET DAĞDEVİRENTÜRK: Aslında son derece düşük maliyetlerle yapabileceğiniz çok şey var. Uluslararası siber güvenlik organizasyonları ve siber güvenlik üretici raporlarının çıktılarını takip ederek yüksek oranda kurumların güvenliğini artırması mümkün. Siber saldırı camiası iki kola ayrılıyor: Hacker'lar ve Lamer'lar. Hacker'lar, zararlı yazılımı tasarlayan kişilerden oluşuyor. Lamer'lar ise onların tasarladıklarını kullanarak saldırı yapan kişiler. Saldırı yapmak için hacker olmanıza falan gerek yok. Şu anda 50 dolar yatırım yaparak dünyanın en büyük siber saldırılarından bir tanesini gerçekleştirebilirsiniz. Bunun için hiçbir teknik bilgiye ihtiyacınız yok. Ransomware as a Service diye bir bulut hizmeti açıldı pandemi döneminde. Lamer'lar bu servisi fütursuzca kullandılar. Ransomeware as a Service, üç-dört yıllık bir hikâye. Siber saldırı yapıp karşılığında fidye isteyen Lamer'lar için özel bir servisin internetten para karşılığında satıldığını biz Trend Micro olarak, 3-4 yıl önce duyurmuştuk. Ransomware as a Service yazdığınızda karşılığını göreceksiniz. Üstelik bunun için "deep web" falan da gerekmiyor. Bildiğimiz yüzeydeki web ortamında veriliyor bu hizmet. Bir tane tuşa basıyorsunuz, "Saldırı nasıl olsun?" diye soruyor. İkinci tuşa basıyorsunuz, "Hangi ülke?" diyor. Üçüncü tuşa basıyorsunuz, "Sizin saldırı yapmak istediğiniz bir e-posta adresi listesi varsa ya da herhangi bir bilgi varsa onu yükleyebilirsin ya da 10 dolar daha ver, Türkiye'ye ait 50 milyon e-posta adresi bende var, istersen onu da benden satın alabilirsin" diyor. Hatta belli bir şirket adı verip filtreleyebiliyorsun, o şirketten 1000 tane e-posta adresine saldırı yapabiliyorsun. Bu kadar detaylı ve odaklı bir mekanizma geliştirilmiş durumda. Ne yazık ki pandemi süresince de hacker olmaya gerek kalmadı, Lamer'lar çok kontrolsüz bir şekilde bu sistemleri kullanıp saldırılar yaptılar. Bu nedenle uzaktan çalışmayla da birlikte ev cihazlarının güvenliği çok önemli bir hale geldi.

Şirketlerde çalışırken bir güvenlik şemsiyesinin altındayız ama evlerde çalışırken korumamız kalmıyor, değil mi?
MEHMET DAĞDEVİRENTÜRK: Evet, çünkü şirketlerde bir firewall var, bir takım güvenlik sistemleri ve politikaları var. Evde kullandığınız bilgisayarı, telefonu şirketiniz verdiyse ve doğru politikaları kullanan bir şirketse, yine güvenlik altındasınız. Ancak işin içine kişisel internetinizi, kişisel bilgisayarınız ve telefonunuzu dahil ediyorsanız güvenlik açıkları ile baş başasınız demektir. Oysa artık, özellikle yeni çalışma şartları altında, evde de o koruma şemsiyesinin altında olmak durumundasınız.

Güvenlik çözümleriniz hakkında da biraz bilgi alabilir miyiz? Ve özellikle hangi alanlarda daha çok talep geldi çözümlerinize?
MEHMET DAĞDEVİRENTÜRK: Trend Micro'nun kurumsal olarak, "kullanıcı güvenliği", "ağ güvenliği" ve "sunucu güvenliği" olmak üzere üç farklı kategoride siber güvenlik çözümleri var. Bu kategoriler altında yaklaşık 55 farklı siber güvenlik çözümümüz mevcut. Pandemi süresinde bu üç kategoride de ve özellikle bulut güvenliği tarafında büyük bir talep artışı yaşadık. Çünkü pandemi, buluta geçişi de hızlandırdı. Şirketlerin genel taleplerini gördüğümüzde şunu da fark ettik: Özellikle regülasyona tabi olmayan, kamu kurumları ya da Cumhurbaşkanlığı regülasyonunun dışındaki kurumların genel maliyetlerini ve BT yatırım maliyetlerini düşürme çalışmaları hızlandı. Güvenlikle beraber her şeyi otomatize etmeye çalıştıklarını fark ettik. Dolayısıyla 2021 yılı stratejilerimizi bu gerçeği de görerek belirledik. Önümüzdeki süreçte hibrit modele geçeceğimiz öngörülüyor. Bu çerçevede, şirketlerin çok net bir şekilde otomasyona, yapay zekâya ve buluta yöneleceği net bir şekilde görülüyor. Trend Micro'nun çok güçlü bir yapay zekâ entegrasyonu ve bulut çözümleri var. Bu durum, pazarda önemli bir büyümeyi de vaadediyor bizim için.

Uzaktan Çalışmanın Riskleri

Trend Micro yayınladığı bir araştırmada uzaktan çalışanların davranışlarını mercek altına aldı ve işletmeler için güvenlik tehdidi oluşturan pek çok davranış tespit etti.

Bağımsız araştırma şirketi Sapio Research, çalışanların yüzde 78'inin evden çalışmaya geçtiği bu dönemde, çalışanların siber güvenlik yaklaşımlarını ve davranışlarını yakından incelemek için 27 ülkeden 13 binden fazla uzaktan çalışanın katıldığı bir araştırma gerçekleştirildi. Trend Micro adına gerçekleştiren ve siber güvenlik stratejisinin önemli bir parçası olan insan davranışlarının incelendiği araştırmada, **Siber Psikoloji Uzmanı Dr. Linda K. Kaye** ile çalışıldı.

TEMEL TEHDİTLER

Araştırma sonucunda ortaya konulan belli başlı siber güvenlik tehditleri şu şekilde:

>> WIFI'DAN KAYNAKLANAN SORUNLAR: Ankete katılanların yaklaşık beşte ikisi çoğunlukla kurumsal VPN kullanmaksızın halka açık WiFi kullandıklarını belirtti. Ayrıca çalışanların üçte birinin herhangi bir ekran gizlilik filtresi kullanmaksızın halka açık mekanlarda hassas iş belgeleri üzerinde çalıştığı ortaya çıktı.

>> ÇEVRİMİÇİ TEHDİTLER: Uzaktan çalışanların üçte birinden fazlası kurumsal dizüstü bilgisayarlarını kişisel amaçlar için kullanıyor. Bu durum kurumsal verilerin, torrent siteleri, onaylanmamış uygulamalar gibi güvenli olmayan platformlardan bulaşan kötü amaçlı yazılımlara maruz kalması anlamına geliyor.

Ayrıca araştırmaya katılan uzaktan çalışanların beşte ikisi (yüzde 39) çoğunlukla iş için kişisel cihazlarını kullandıklarını kabul etti.

>> GÖLGE BT (SHADOW IT): Uzaktan çalışanlar iş veya kişisel cihazlarına çeşitli uygulamaları yükleyerek profesyonel işleri için kullanabiliyor. Bu da gölge BT'nin katlanarak büyümesine neden oluyor. BT departmanlarının kontrolü olmadan, çalışanların iş verilerini kişisel cihazlar, çevrimiçi hesaplar gibi şirket veri merkezinin dışında depolamak ve bunlara erişmek için kendi seçtikleri uygulamaları, yazılımları ya da hizmetleri kullanmaları Gölge BT'yi (Shadow IT) BT departmanları için ciddi bir zorluk haline getiriyor.

ZAYIF HALKA

Uzaktan çalışanların kurumsal siber güvenlik zincirinin en zayıf halkası olduğu gerçeği, pandemi döneminde şirketlerin görmezden gelemeyeceği bir zafiyet halini aldı. Şirketlerin esnek çalışma modelini kalıcı hale getirmeye doğru ilerlediği bu dönemde, BT departmanlarının ve yöneticilerin güvenlik konusunda çalışanlarının davranışlarını belirlemesi ve buna göre de en uygun güvenlik uygulamalarıyla birlikte güvenlik stratejilerini yeniden planlamaya odaklanması önem kazanıyor.

2020'de Bulut Güvenliğine Yönelik Çalışanların Yaklaşımları

Siber güvenlik söz konusu olduğunda hiç kimse aynı değildir

Siber güvenlik alışkanlıkları ve insanların riske yönelik tutumları söz konusu olduğunda herkes birbirinden farklıdır. Bu nedenle, her duruma uyan tek bir politika ve eğitim her zaman başarılı olmuyor. Trend Micro'nun yaptığı "Head in the Clouds" araştırması, günümüzde kuruluşlarda en yaygın olan dört genel karakter türünü belirledi. Kuruluşlar her çalışanın temel motivasyonları ve özellikleriyle ilgili bilgi sahibi olduklarında, siber güvenlik eğitimlerini ve risk yönetimi politikalarını da buna göre uyarlayabilir.

Endişeli

- Yanlış bir şey yapma veya kendisini ya da **kuruluşunu riske atma** konusunda endişeli
- Kendi davranışlarıyla ilgili **sorumluluk sahibi**
- Siber riskler ve bunların yönetimi konusunda her zaman **bilgi sahibi değil**
- Üretkenlik pahasına **riskten kaçınma** potansiyeline sahip

Özenli

- Siber **güvenlik riskleri** konusunda **bilgili**
- Risk yönetimi ve riskleri önleme konusunda **proaktif**
- Kendi davranışlarıyla ilgili **sorumluluk sahibi**
- Organizasyonu korumadaki rolünün **farkında**

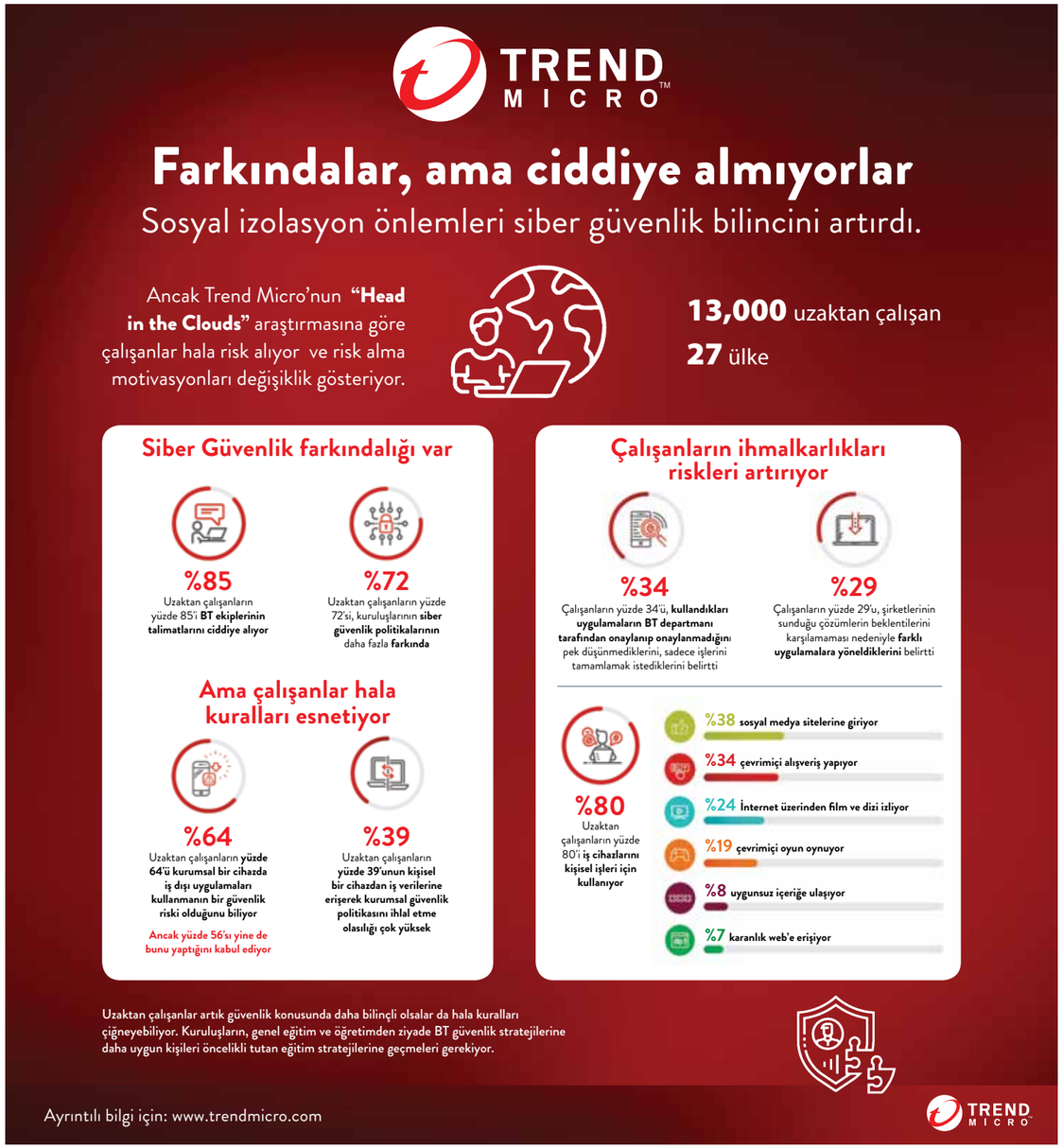
Bilgisiz

- Siber güvenlikle ilgili **farkındalığı yetersiz**
- Kendi davranışlarıyla ilgili **sorumluluk almayan**
- Dikkatsiz ve sürekli olarak **risk alan**
- Eylemlerinin siber güvenlikle ilgili **önemini anlamayan**

Gözükara

- Dikkatsiz ve siber güvenlik konusunda herhangi bir **çaba göstermeyen**
- Kendi davranışlarıyla ilgili **sorumluluk almayan**
- Siber güvenlik **kurallarına uymayan**
- Bilgi Güvenliğinin sadece BT departmanlarının **sorumluluğunda** olduğunu düşünen

Ayrıntılı bilgi için: www.trendmicro.com



Trend Micro'dan En Kapsamlı XDR Platformu

Trend Micro, XDR çözümüyle **"Forrester Wave: Kurumsal Tespit ve Müdahale Araştırması"** kapsamında şirket tespit ve müdahale alanında lider olarak tanımlanmış ve MITRE ATT&CK çerçevesinde **"en yüksek ilk tespit"** sonucunu alarak başarısını belgelemişti.

Trend Micro XDR ile geleneksel tespit ve müdahalenin (EDR) kalıplarını kırarak, BT ekiplerinin karmaşık tehditlerle mücadelelerinde ellerini güçlendiriyor.

Bulut güvenliğinin küresel lider şirketlerinden Trend Micro, XDR ile uç nokta tespit ve müdahalenin ötesine geçerek, siber güvenlik sektöründe en kapsamlı tespit imkanı sunan ilk şirket oldu. XDR, e-posta, uç noktalar, sunucular, bulut iş yükleri ve ağlardan verileri topluyor ve analiz ederek, SOC ekiplerinin söz konusu tehditleri tespit etmesini, incelemesini ve müdahale etmesini sağlıyor. Günümüzde en gelişmiş korumaları atlatmak üzere tasarlanmış sofistike tehditlerle mücadele eden SOC analistleri, günlük olarak sınıflandırmaları gereken binlerce uyarı alıyor.

SOC'ların en sık karşılaştığı diğer zorluk ise düşük iş memnuniyeti ve siber güvenlik alanındaki yetenek eksikliği. Tam bu noktada Trend Micro, bu sorunlara çözüm getirmek üzere SOC'lara yüksek doğrulukta uyarılar gönderen XDR'ı tasarladı.

XDR KULLANICILARA, ŞİMDİYE KADAR EŞİ GÖRÜLMEMİŞ ÜÇ ÖNEMLİ AVANTAJ SAĞLIYOR:

>> Uyarı yükünü azaltıyor: XDR, birden çok güvenlik vektöründen gelen verileri birbiriyle ilişkilendirerek analiz ediyor. Böylece büyük resmi ortaya çıkarıyor. XDR sayesinde, birinci seviye SOC analistleri, potansiyel bir saldırıyı tanımlamak için artık birçok analiz ve sistem günlüğünü derinlemesine incelemek zorunda kalmıyor. XDR bunu onlar için otomatik olarak yapıyor. Çok güvenilir olmayan binlerce uyarı yerine birkaç doğruluk payı yüksek uyarı oluşturarak, SOC analistleri için uyarı hacmini düşürüyor.

>> Uyarılar için daha net görünürlük sağlayarak güçlü bir çalışma alanı yaratıyor: XDR kontrol paneli, saldırıları görselleştirilmiş bir şekilde sunarak SOC analistlerinin tehditlerin farklı aşamalarını, saldırı vektörlerini, durma süresini, yayılma ve etkisini görmesine olanak tanıyor. XDR ayrıca bağlamsal olarak duyarlı müdahale seçenekleri sunuyor, böylece SOC analistleri platform içinde daha hızlı harekete geçebiliyor.

>> Güvenlik Bilgi ve Etkinlik Yönetimi'ni (SIEM) artırıyor ve zahmetsiz API entegrasyonu sağlıyor: Trend Micro XDR, normalleştirilmiş verilerin merkezileştirmesi ve olay müdahale yeteneği ile operasyonel verimliliği ve üretkenliği iyileştirerek SOC ekipleri için SIEM'in verimliliğini artırıyor. SIEM çözümünü tercih eden kullanıcılar, entegrasyon için genel bir API kullanabiliyor.

Trend Micro XDR aynı zamanda; şirket içi ekiplerin üzerindeki baskıyı azaltmak için, 7/24 tam tehdit analizi, tehdit avcılığı, müdahale planları ve iyileştirme öneri hizmeti veren "Yönetilen Tespit ve Yanıtlama (Managed Detection & Respond - MDR)" ile sunuluyor.

Redington | ivanti

İSTEDİĞİN YERDEN GÜVENLE ÇALIŞMANIN ANAHTARI: IVANTI

Dünya'nın lider güvenlik çözümleri üreticisi Ivanti, işletmenizdeki her cihazı otomatik olarak bulur, iyileştirir ve korur. Son teknolojilerle donatılmış entegre güvenlik çözümleri sayesinde hibrit ve mobil çalışmayı sizin ve çalışanlarınız için güvenli hale getirir. Büyük şirketlerin en çok tercih ettiği* Ivanti çözümleri ile tanışmak için QR kodu okutun, benzersiz fırsatlardan hemen yararlanın.

*Fortune 100 sıralamasındaki en büyük 100 şirketin 78 tanesi Ivanti çözümlerini kullanmaktadır.

Bilişim ekosisteminin birleştirici gücünü yakından tanımak için,
redington.com.tr • 0216 316 50 50

Fidye Yazılımlara Karşı Korunuyor musunuz?

BÜYÜYEN TEHDİT

Fidye yazılımlar hızla hem kurumların hem son kullanıcıların karşılaştığı en tehlikeli siber tehditlerden biri haline geldi ve tüm dünyada her yıl neredeyse milyar dolarlara ulaşan kayıplara yol açıyor. Yedekleme konusunda bütünleşik bir yaklaşımın benimsenmesi verilerinizi her nerede olursa olsun korumanıza olanak sağlıyor.

91%

Fidye yazılım saldırılarında yaygın olarak kullanılan oltalama e-postalarıyla başlayan siber atakların oranı.[1]

71%

Fidye yazılım saldırısına uğrayan kurumların altyapılarına bulaşma oranı .[2]

$10k

Fidyeler, izlenemeyen bitcoin ile ödenen, kullanıcı başına 10.000$'a kadar çıkan tutarlarda olabiliyor.[3]

GLOBAL FİDYE YAZILIM ZARARLARI

Global fidye yazılımı ticari zararlarının

2021'e kadar yıllık 20 milyar dolar'ı bulması

bekleniyor.

Fidye yazılım saldırıları tüm işletim sistemleri için bir tehdittir:

iOS — Apple iOs™

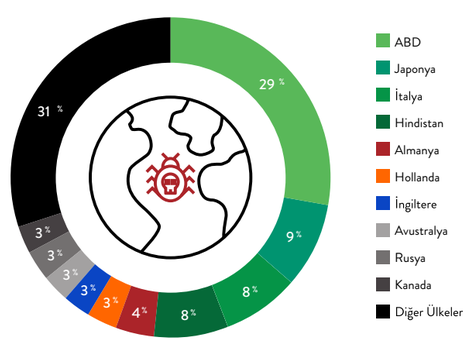
Windows — Microsoft Windows™

Android™

Linux™

Ülkelere göre fidye yazılım etkisi.

ABD, diğer ülkelerin hepsinden daha çok fidye yazılım saldırılarından etkileniyor. ABD'nin daha çok hedeflenmesinin nedeni, saldırıya maruz kalanların %64'ünün fidyeyi ödediğinin raporlanması olabilir.



FİDYE YAZILIM SALDIRILARI HER ZAMANKİNDEN DAHA SIK GERÇEKLEŞİYOR.

2016 başı	2016 sonu	2019 sonu	2021
2 dakikada bir	40 saniyede bir	14 saniyede bir	11 saniyede bir

ASIL SORU: FİDYE ÖDEMELİ MİSİNİZ?

Fidye yazılım saldırısına uğrayanların fidye ödemenin her zaman işe YARAMADIĞINI bilmesi gerekiyor. Bazı saldırganlar ilk ödemeyi aldıktan sonra fidye talep etmeye devam edecektir. Şifre çözme süreci, iyi uygulanmazsa dosyalara zarar verebiliyor. Ve, daha da kötüsü:

Fidye ödeyenlerin %20'si şifre çözme anahtarı alamıyor.

FİDYE YAZILIM SALDIRILARINA KARŞI HAZIRLIKLI OLUN

- NetBackup sunucusu ve/veya yedekleme cihazına fiziksel erişimi kısıtlayın.
- İstemcileri güvenliğini sağlayın.
- Veri kaybına karşı geri dönüş süreçlerini oluşturun.
- NetBackup sunucularını bilinen güvenlik kurallarına göre sıkılaştırın.
- Güvenlik yamalarını ve uyarılarını dikkate alın.
- Güvenlik denetimlerini, incelemeleri ve eğitimleri sık sık gerçekleştirin.
- Sadece gerekli olan iletişim protokollerini kullanın.
- Felaket kurtarma planınızı test edin.
- Yedekleme sunucusu için kritik sistem koruması sağlayın.

KILAVUZU EDİNİN

Fidye yazılım raporumuzu okuyun ve bu tehditlere karşı kurumunuzu nasıl koruyabileceğinizi öğrenin.

1. Siber saldırıların %91'i oltalama e-postaları ile başlar.
2. Bilinmesi Gereken Fidye Yazılım İstatistikleri 2018
3. Intermedia Ransomware 101: İşletmenizin fidye yazılım saldırıları hakkında bilmesi gerekenler.
4. Global fidye yazılım maliyetinin 2021'e kadar 20 milyar dolara ulaşması öngörülüyor.
5. ABD fidye yazılımından en çok etkilenen ülke olmayı sürdürüyor.
6. Kötü niyetli yazılım için neden fidye ödememelisiniz ?

VERITAS

©2020 Veritas Technologies LLC. Tüm hakları saklıdır. Veritas ve Veritas logosu, Veritas Technologies LLC veya ABD ve diğer ülkelerdeki iştiraklarının tescilli ticari markalarıdır. Diğer isimler ilgili sahiplerinin tescilli markaları olabilir.

Trend Micro İş Ortağı Buluşması

1 Ekim 2021 tarihinde gerçekleşen etkinlikte, Trend Micro çözümlerine yönelik çalışan iş ortaklarıyla keyifli bir gün geçirdik. Polonezköy'de açık havada kahvaltı ile başlayan gün, parkur oyunları ile devam etti. Heyecana ve tatlı çekişmelere sahne olan etkinlik, üçüncü nesil kahve yapımı hakkında uzmanından bilgi aktarımı ve kahve tadımı ile sonlandı. Pandemi sebebiyle uzun süre yüz yüze düzenlenemeyen Redington etkinliklerinin bu ilk buluşması, verimli bir sohbet ortamına da vesile oldu.

Kamu Sektörünün Teknolojik İhtiyaçlarına Yönelik Bütünleşik Çözümler ve Yeni Yaklaşımlar Sunuyoruz

2-3 Ekim 2021 tarihlerinde, Bolu'da, Abant Palace Otel'de, Ankara'daki kamu kuruluşlarına yönelik olarak düzenlediğimiz müşteri etkinliği, Hitachi, Veritas, Splunk ve Ivanti markalarımızın sponsorluğunda gerçekleştirildi. Teknoloji yatırımlarında farklı yaklaşımların ve bu yaklaşımların vaadettiği fayda ve yenilikçi kullanımların aktarıldığı sunumların ardından, iş birliği fırsatlarının değerlendirildiği verimli bir buluşma ortamı yaratıldı. Katılımcılar, günün son bölümünde bir off-road deneyimi yaşayarak, stres attılar.

Okta Müşterileri ve İş Ortakları Buluşması

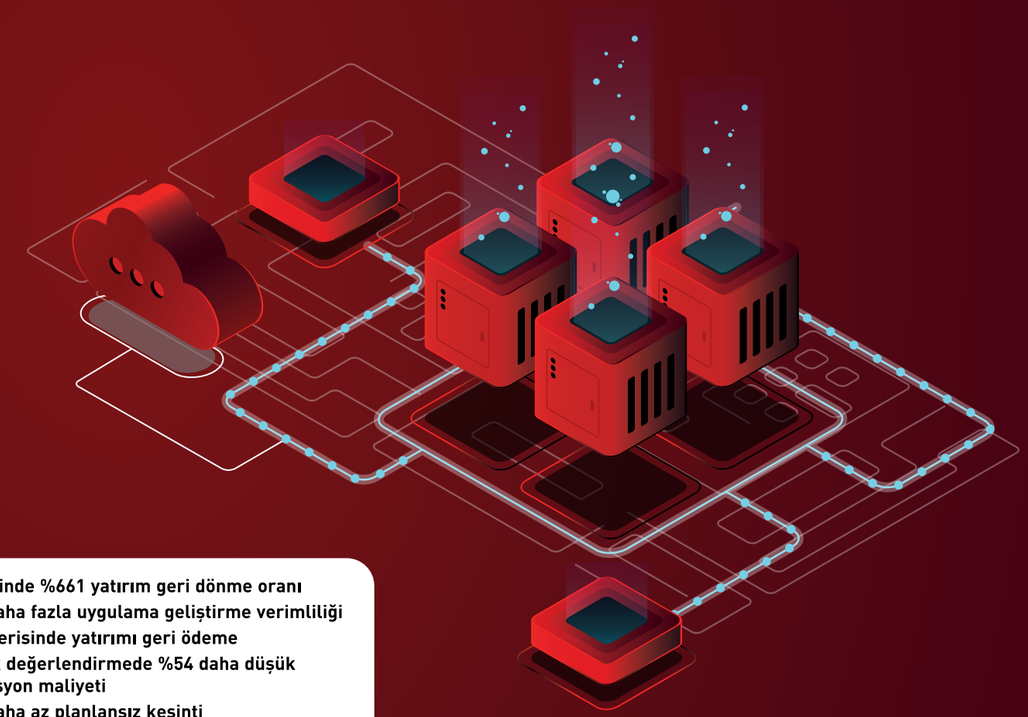
14 Ekim ve 15 Ekim 2021 tarihinde, İstanbul Swiss Bosphorus Otel'de Okta'nın kimlik yönetimi çözümlerine dair bilgilerin aktarıldığı iki etkinlik düzenlendi. 14 Ekim tarihinde kahvaltı, sunumlar ve öğle yemeği olarak düzenlenen ilk etkinlik, Okta ve Redington yetkilileri ile iş ortaklarını buluşturdu. 15 Ekim'de sunumlar sonrası kokteyl ile devam eden etkinlikte ise iş ortakları ve son kullanıcı müşteriler bir araya geldi.

Redington | Red Hat

SÜRDÜRÜLEBİLİR BÜYÜME İÇİN

RED HAT OPENSHIFT'İ TERCİH EDİN

Bilişimin öncü kuruluşlarından Red Hat tarafından sunulan yeni nesil konteyner (container) yönetim platformu OpenShift, mevcut BT kaynaklarınızla kapsayıcı kullanımınızı optimize etmenize olanak sağlar. OpenShift sürdürülebilir geliştirme ve operasyon deneyimi sunarak konteyner (container) tabanlı yazılımların dağıtım (deployment) ve yönetimini entegre eder, daimi bir büyüme için enerjiniz size kalır.



- 5 yıl içinde %661 yatırım geri dönme oranı
- %24 daha fazla uygulama geliştirme verimliliği
- 5 ay içerisinde yatırımı geri ödeme
- 5 yıllık değerlendirmede %54 daha düşük operasyon maliyeti
- %80 daha az planlansız kesinti
- %49 daha verimli IT altyapı takımı

Bilişim ekosisteminin birleştirici gücünü yakından tanımak için,
redington.com.tr • 0216 316 50 50

Redington

WEB SİTEMİZ YENİLENDİ

İncelemek için gr kodu okutun.

Bilişim ekosisteminin birleştirici gücünü yakından tanımak için,
redington.com.tr • 0216 316 50 50