



SİTARE SEZGİN
Teknosa CEO'su

“Müşteriye dokunan tüm süreçlerimizde deneyimi iyileştiren adımlar atıyoruz.”

Mağazacılık alanında olduğu kadar, e-ticarette pek çok yeniliği hayata geçiren Teknosa, dijitalleşme ve teknoloji konusundaki yatırımlarıyla dikkat çekiyor. 2022 yılı itibarıyla müşterilerine sundukları ürün çeşitliliğini artırmak amacıyla pazaryeri modeline geçen ve bu yatırımla birlikte ürün çeşitliliğini 26 kat artıran Teknosa, 2023 yılında sektörün üzerinde güçlü bir büyüme performansı sergiledi.

Benzersiz müşteri deneyimi için çoklu kanal deneyimine öncelik veren Teknosa, 20 farklı kanalla sektörde en fazla alternatif kanalda iletişim hizmeti sunan marka konumunda.

Sürdürülebilir karlı büyüme hedefiyle müşteri deneyimi, çoklu kanal, dijitalleşme ve sürdürülebilirlik odaklı yatırımlara devam edeceklerini belirten Teknosa CEO'su Sitare Sezgin, Teknosa'nın mevcut stratejileri ve gelecek dönem hedeflerine dair sorularımızı yanıtladı.

2023 nasıl bir yıl oldu? Güncel rakamlar paylaşılabilir misiniz?

Pandemiyle birlikte güçlü bir büyüme trendi yakalayan tüketici elektroniği pazarının yükselişi 2023 yılında da hız kesmedi. Tüketicilerin elektronik ürünlere olan yoğun ilgisinin sürdüğü bir yıl geçirdik. GFK verilerine göre Tüketici Elektroniği pazarı 2023 yılında globalde dolar bazlı ilk 9 ayda %4,7 seviyesinde küçülürken, Türkiye’de %47,4 büyüme gösterdi.

Biz de Teknosa olarak çoklu kanalda gerçekleştirdiğimiz yatırım hamleleriyle 2023 yılının ilk 9 ayında sektörün üzerinde büyümeyi başardık. 2023 yılının ilk 9 ayında geçen yıla göre yüzde 130 büyüme ile yaklaşık 24,9 milyar TL ciroya ve 591 milyon TL net kara ulaştık. E-ticarette de brüt işlem hacmimizi (GMV) 3 katından fazla artırarak, yaklaşık 5 milyar TL’ye taşındık. FAVÖK tutarını da cirodaki büyümenin yanı sıra maliyet optimizasyonu ve kontrollü gider yönetimi sayesinde 9 aylık dönemde 2,1 milyar TL’ye taşıyarak, bir önceki senenin aynı dönemine kıyasla %127 artırdık.

Teknosa’yı fiziksel mağazaları da olan dijital bir platforma dönüştürme yolculuğumuzda benzersiz müşteri deneyimi, dijitalleşme ve sürdürülebilirlik odağıyla yatırımlarımıza devam ediyoruz.

Şu anda odaklandığınız ana alanlar nelerdir? Yatırımlarınızı hangi konulara yoğunlaştırıyorsunuz?

Sürdürülebilir karlı büyüme hedefiyle müşteri deneyimi, çoklu kanal, dijitalleşme ve sürdürülebilirlik odaklı yatırımlarımızı sürdürüyoruz. Bunların yanı sıra özellikle bilgi teknolojileri ve ERP dönüşümünü tamamlayarak, yapay zekâ projelerimizi tüketicilerimizle buluşturmak için var gücümüzle çalışıyoruz.

Dijital kanallar ve omnichannel entegrasyonlara dair ne gibi çalışmalarınız var?

Teknosa’yı fiziksel varlığı olan bir dijital platforma dönüştürme hedefiyle mağazalarımızdan web sitemize, mobil uygulamamızdan müşteriye dokunan tüm süreçlerimizde deneyimi iyileştiren adımlar atıyoruz.

Bu kapsamda 2022 yılı ortasında müşteri odaklı, daha dijital, erişilebilir ve sürdürülebilir yeni mağaza konseptimizi hayata geçirdik. Dijital yetkinliklerle zenginleştirdiğimiz mağaza konseptimizde farklı deneyim alanlarımız, engelli müşterilerimize özel bölümlerimiz ve sürdürülebilirlik duvarımız var. Bu mağazalarımızı yaygınlaştırmaya devam ediyoruz. Şubat 2022’de e-ticaret sitemize entegre ettiğimiz pazaryerimizi giderek daha da geliştiriyoruz. Ürün ve hizmet çeşitliliğimizi artırırken, sosyal ticaretle müşterilerimize de kazanç imkanı sağlıyoruz.

Sosyal medya son dönemde sadece alışverişin yapılması için değil bilgi edinmek, keşfetmek ya da ilham almak için de öne çıkan bir mecra. Biz de teknosa.com’u sosyal ağların gücüyle birleştirdik.

Bi’link ile Paylaş Kazan projemizle müşterilerimiz, teknosa.com üzerinden beğendiği herhangi bir ürünü “paylaş kazan” butonuyla sevdikleriyle paylaşıp, linkten satın alım yapıldığında nakit kazanç elde ediyor. Program kapsamında şimdiye kadar 105 bin kişi tarafından 360 binden fazla link oluşturuldu. Bu linklerle 900 bin ziyaret gerçekleşti. Projenin dikkat çeken başarıları arasında 200 bin yeni kullanıcı kazanımı ve 60 bin ürün satışı bulunuyor ki bu da toplamda 700M ciro elde etmeye olanak sağladı. Özellikle, Bi’link ile teknosa.com’a yönlendirdiğimiz kullanıcıların %73’ünün yeni kullanıcı olması, paylaş kazan stratejimizin ne kadar etkili ve çekici olduğunu bir kez daha vurguluyor.

İşitme engelli müşterilerimize işaret diliyle görüntülü çağrı merkezi hizmeti sunuyoruz. ‘Teknolojik Eller’ dediğimiz bu uygulamayla işitme engelli müşterilerimiz ürün satın alma, kampanya ve ürün bilgisi, iade, değişim ve servis başta olmak üzere her türlü konuda hizmet alabiliyor.

Görme engelli kullanıcılar için çözümler geliştiren BlindLook iş birliğiyle teknosa.com’da sesli simülasyon dönemi başlattık. Bu sayede görme engelli kullanıcılar teknoloji alışverişlerinin her aşamasını kolaylıkla yapabiliyor.





Teknosa.com'da canlı yayında ürün tanıtımı ve satışı yapıyoruz. Teknosa.com üzerinden yapılan yayınlarda farklı ürün gruplarını tanıtarak özel fiyatlarla tüketicilerimizin ilgisine sunuyoruz.

Ayrıca teknosa.com'da yenilenmiş telefon satışı yapıyoruz. Ticaret Bakanlığı onaylı yenileme merkezleri ile çalışarak gerekli tüm bakım, onarım ve testlerden geçmiş, yüzde 100 çalışır ve bir yıl garantili telefonları tüketicilerimizle buluşturuyoruz.

Biz müşteri ihtiyaç ve beklentilerini çok yakından takip eden bir şirketiz. Müşterilerimiz için kiralama hizmetini de seçeneklerimize ekledik. Tüketicilerimiz teknosa.com üzerinden seçtikleri akıllı telefon, kulaklık, saat, oyun ekipmanları gibi 300'den fazla ürünü kiralayabiliyor.

Mağazacılığın yanında e-ticaret alanında da önemli yatırımları ve yenilikleri hayata geçirdiniz. Online kanalda pazaryerine geçiş stratejilerinizi ve karlılığınızı nasıl etkiledi? Müşterilerinizin bu değişime yaklaşımı nasıl oldu?

Türkiye'de kendi sektörümüzdeki ilk teknoloji odaklı pazaryerini 2022 yılı şubat ayında hayata geçirmiştik. Bizim çıkış noktamızda tüketicilerimize daha çok çeşit ve teklif sunmak, bunu da en iyi

deneyimle sunmak vardı.

Geldiğimiz noktada, 2022 şubat ayından bu yana ürün çeşitliliğimizi 26 kat artırarak, yaklaşık 140 bine çıkardık. Pazaryerinin etkisiyle online platformumuzun trafiği %43 oranında artış gösterdi. 2023 yılının ilk 12 ay ortalamasına göre teknosa.com satışlarının %37'si pazaryerinden gerçekleşti.

Şimdiye kadar Türkiye'nin her ilinden 463 bin sipariş aldık. Şu anda 504 satıcımız bulunuyor. Bizim için Teknosa'ya duyulan güven ve müşterilerimizin sunduğumuz deneyimden mutlu olması en öncelikli konular. Bu bağlamda müşterilerimize en iyi deneyimi yaşatacak satıcılarla çalışıyoruz.

Son dönemlerde iş dünyasının en önemli gündem maddelerinden biri olan sürdürülebilirlik alanında ne gibi çalışmalar yapıyorsunuz?

Bizim tüm işlerimizin odağında sürdürülebilirlik var. Özellikle toplumsal cinsiyet eşitliği, doğal kaynakların tasarruflu kullanımı, döngüsel ekonomiye katkı ve yenilenebilir enerji kullanımı gibi konularda çalışmalarımızı yoğunlaştırıyoruz. Dijital dönüşüm stratejimizi ve süreçlerimizi de bu yönde kurguluyoruz.



Lojistik merkezimiz ile 80 mağazamızda yenilebilir enerji kullanıyoruz. Ayrıca 176 mağazamızda led aydınlatma dönüşümünü tamamladık. Adana Sabancı mağazamızın çatısına GES kurduk. Burada kurduğumuz 320 adet panel, yılda yaklaşık 58 hanenin tüketimine eşdeğer olarak yıllık 174.931 kWh elektrik üretimi yapıyor. Bu proje sayesinde 94 ton CO₂ salımı engellenmiş olacak.

Çevre dostu ürün ve hizmetlere önem veriyoruz. Yeni konsept mağazalarımızda sürdürülebilirlik duvarı bulunuyor. Müşterilerimiz burada enerji tasarrufu, karbon ayak izi gibi birçok konuda bilgilendirici içeriğe ulaşabiliyor ve aynı zamanda elektronik atıklarını geri dönüşüm kutularına bırakabiliyorlar. 2050 yılına kadar 'Net Sıfır Emisyon' ve 'Net Sıfır Atık'a ulaşma hedefimiz bulunuyor.

Yapılan pek çok araştırma, kadın yönetici sayısı fazla olan şirketlerin, pazar payı, sermaye ve hisse senedi değerine göre daha iyi performans gösterdiğini ortaya koyuyor. Teknosa olarak kadınların iş dünyasında daha fazla temsil edilmesi ve daha fazla liderlik pozisyonuna yükselmesi için çalışıyoruz. Son iki yılda genel müdürlükte kadın çalışan sayımız erkeklerin önünde yer alarak yaklaşık %52'ye ulaştı. İlk kademe yöneticilerimizin %52'si ve orta kademe yöneticilerimizin %38'i kadın çalışanlardan oluşuyor. Saha tarafında da kadın çalışan sayısını artırmaya yönelik özel projeler ve iş birlikleri geliştiriyoruz.

Toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda Türkiye'nin en uzun soluklu projelerinden Kadın için Teknoloji 17. yılına girdi. Topluma değer katan, kadının güçlenmesine katkı sağlayan bu çalışmalarımızı kesintisiz sürdüreceğiz.

Gelecek dönem hedefleriniz nelerdir?

Geleceğin Teknosa'sı için çalışmalarımızda hız kesmiyoruz. Pazarın üzerinde büyümeye devam ederek, pazar payı kazanmak; sürdürülebilir karlılığımızı korumak ve "Dijital perakendeci" olma yolunda yatırımlarımıza devam etmek öncelikli hedeflerimiz arasında yer alıyor. 2024 yılında brüt işlem hacmimizi artırmayı hedefliyoruz. Aynı zamanda online satışların perakende cirosu

içindeki payını da orta vadede yüzde 20'ler seviyesine çıkarmayı amaçlıyoruz. Bu yıl, 2023 yılında gerçekleştirdiğimiz 500 milyon TL tutarındaki yatırımın iki katı olan 1 milyar TL güçlü yatırım gerçekleştireceğiz.

Teknoloji odaklı bir sektörlerde başarılı kadın yöneticilerin oranı dikkat çekiyor? Siz de bu yöneticilerden biri olarak, kadınlara yönelik sosyal sorumluluk projelerine liderlik ediyorsunuz? Bu konudaki çalışmalarınızdan kısaca bahsedebilir misiniz?

Yaşadığımız topluma değer katan, sorunlara çözüm üreten projelerin içinde olmayı önemsiyoruz. Kadın için Teknoloji projemiz 17'nci yılına girdi. Habitat Derneği iş birliğiyle yürüttüğümüz bu projemizle, Türkiye'nin dört bir yanındaki kadınların dijital okuryazarlıklarını artırmayı hedefliyoruz.

Bugüne kadar 28 bini aşkın kadına eğitim verdik ve 2023 yılında da 4 bin kadına ulaştık. Yüz yüze eğitimleri deprem bölgesinde yaptık ve burada da 172 kadına eğitim verdik. Bu yıl da hedefimiz 4000 kadına teknoloji eğitimleri vermek.

Kadınlar eğitimlerimizin sonunda teknoloji ve internet kullanarak her türlü bilgiye daha kolay erişebiliyor, sosyal çevrelerini genişletip, işlerinde ve e-devlet işlemlerinde teknoloji araçlarını aktif olarak kullanmaya başlıyor. Ayrıca sosyal medya üzerinden el emeklerini, evde ürettiklerini tanıtmaya ve satma imkânı buluyorlar.

Ayrıca Kadın için Teknoloji çatısı altında 2021 yılında Sabancı Vakfı ve Türkiye Kadın Dernekleri Federasyonu iş birliğiyle 'Kadın için Teknoloji, Hepimiz için Dayanışma' mottosuyla sürdürdüğümüz bir toplumsal dayanışma hareketimiz de var. Şiddet gören ve teknolojiye erişimi sınırlı olan kadınların seslerini duyurularına yardımcı oluyoruz. Bu projemizde herkesi kullanmadıkları akıllı telefonları bağışlamaya davet ediyoruz. Bağışlanan telefonların bakımlarını / tamirlerini yapıyor ve TKDF aracılığıyla şiddet gören kadınlara ulaştırıyoruz.





İletişim Merkezi sektörü hakkındaki düşünceleriniz nelerdir. Sektörün gelişim sürecini nasıl değerlendiriyorsunuz?

İletişim merkezi sektörü son yıllarda hızlı bir büyüme trendi yakaladı. Teknolojinin gelişimine paralel olarak iletişim merkezleri talep ve şikâyet yönetimi yapan platformlardan hızlı ve etkili çözümler sunan platformlara dönüştü. İletişim merkezleri artık sadece telefon aracılığıyla değil pek çok farklı kanal aracılığıyla da tüketicinin istediği her an yanında oluyor.

Dijitalleştirilmiş iletişim deneyimi, yapay zekâ

destekli çözümler, çoklu kanal ve self servis hizmetlerin yanı sıra çalışan deneyimini ve verimliliğini de iyileştiren uygulamalar iletişim merkezlerini daha da stratejik hale getiriyor. Önümüzdeki dönemde yetkin insan kaynağının yanı sıra teknoloji yatırımları da iletişim merkezlerinin gelişimi için öne çıkıyor.

Biz de Teknosa olarak satış öncesi, satış anı ve satış sonrası müşterilerimizin tüm ihtiyaç ve beklentilerini karşılamak için iletişim kanallarımıza ve teknoloji yatırımlarına ağırlık veriyoruz.

