

08

www.perapost.com

PERAPOST

1 Haziran 2026

TEKNOSA DİJİTAL TİCARET VE PAZARLAMA GENEL MÜDÜR YARDIMCISI EMRE KURTOĞLU

'MÜŞTERİLERİMİZE HER KANALDA DAHA HIZLI ALIŞVERİŞ SUNMAYI HEDEFLİYORUZ'



'HER KANALDA KESİNTİSİZ VE BÜTÜNCÜL BİR DENEYİM'

■ Şirketinizin bu yıl için yatırım hedefleri neler?

Teknosa olarak yatırımlarımızı, müşteriye her kanalda kesintisiz ve bütüncül bir deneyim sunma hedefiyle şekillendiriyoruz. Bu doğrultuda dijital kanallarımızı güçlendirmeye, mağazalarımızı bu deneyimin tamamlayıcı temas noktaları olarak yeniden konumlandırmaya ve çoklu kanal yapımızı

geliştirmeye odaklanıyoruz. Yapay zekâ destekli kişiselleştirme, veri odaklı sadakat uygulamaları, satış sonrası servis ekosistemi ve pazaryeri modelimizle genişleyen ürün çeşitliliği de öncelikli yatırım alanlarımız arasında yer alıyor. Böylece müşterilerimize yalnızca ürün değil, ihtiyaçlarına uygun, hızlı, güvenilir ve daha kişiselleştirilmiş bir teknoloji alışveriş deneyimi sunmayı hedefliyoruz.

Teknosa Dijital Ticaret ve Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Emre Kurtoglu, öncelikli yatırım alanları arasında yapay zekâ destekli kişiselleştirme, veri odaklı sadakat uygulamaları, satış sonrası servis ekosistemi ve pazaryeri modelimizle genişleyen ürün çeşitliliği bulunduğunu söyleyerek, "Böylece müşterilerimize yalnızca ürün değil, ihtiyaçlarına uygun, hızlı, güvenilir ve daha kişiselleştirilmiş bir teknoloji alışveriş deneyimi sunmayı hedefliyoruz" dedi.

Teknosa Dijital Ticaret ve Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Emre Kurtoglu, öncelikli yatırım alanları arasında yapay zekâ destekli kişiselleştirme, veri odaklı sadakat uygulamaları, satış sonrası servis ekosistemi ve pazaryeri modelimizle genişleyen ürün çeşitliliği bulunduğunu söyleyerek, "Böylece müşterilerimize yalnızca ürün değil, ihtiyaçlarına uygun, hızlı, güvenilir ve daha kişiselleştirilmiş bir teknoloji alışveriş deneyimi sunmayı hedefliyoruz" dedi. Kurtoglu, Perapost'un sorularını yanıtladı:

■ Markanızın haziran ayı gündeminde neler var?

Teknoloji alışverişinde hız, kolaylık, konfor ve kişiselleştirilmiş deneyim beklentisi her geçen gün daha belirleyici hale geliyor. Günlük yaşamı pratikleştiren ve zamandan tasarruf sağlayan ürünlere yönelik ilginin arttığını görüyoruz. Yaz dönemine yaklaşırken klima, televizyon, mobil cihazlar, kişisel bakım ve ev yaşam teknolojileri öne çıkan kategoriler arasında yer alıyor. Karne dönemiyle birlikte öğrencilerin eğitim, oyun ve dijital içerik ihtiyaçlarına yönelik tablet, bilgisayar ve aksesuar gruplarında hareketlilik yaşanırken; Babalar Günü yaklaşırken akıllı telefonlardan giyilebilir teknolojilere, ses sistemlerinden kişisel bakım ürünlerine uzanan geniş bir yelpazede hediye arayışı öne çıkıyor. Ayrıca, 2026 FIFA Dünya Kupası heyecanının yaklaşmasıyla birlikte büyük ekran televizyonlar, ses sistemleri ve ev eğlence teknolojilerine olan ilginin de artmasını bekliyoruz. Teknosa olarak mağazalarımız, teknosa.com ve mobil kanallarımız arasında bütüncül bir deneyim sunarken; kampanyalarımız, finansman çözümlerimiz ve hizmetlerimizle teknolojiye erişimi daha ulaşılabilir hale getiriyoruz. Veri analitiği ve yapay zekâ destekli uygulamalarımız sayesinde beklenti

1 Haziran 2026

PERAPOST

09



ve ihtiyaçları daha yakından takip ediyor, her temas noktasında hızlı, kolay ve kesintisiz bir deneyim sunmaya odaklanıyoruz.

■ Anneler Günü satışlarınızı nasıl etkiledi?

Anneler Günü haftasında, kadınların günlük yaşamına konfor ve pratiklik katan teknoloji ürünlerine ilginin arttığını gözlemledik. Akıllı telefon, robot süpürge, şarjlı süpürge, IPL lazer epilasyon cihazları ve espresso makineleri en çok tercih edilen kategoriler arasında yer alırken; TV, tablet ve notebook ürünleri de hediye alışverişlerinde öne çıktı. Verilerimiz, tüketicilerin hediye seçimlerinde yaşamı kolaylaştıran, zamandan tasarruf sağlayan ve kişisel deneyimi zenginleştiren teknolojilere yöneldiğini gösteriyor. Özellikle ev yaşamını daha verimli hale getiren akıllı çözümler ile kişisel bakım teknolojileri Anneler Günü alışverişlerinde öne çıkan tercihler arasında yer aldı.

■ Babalar Günü için özel proje ve kampanyalarınız var mı?

Babalar Günü, teknoloji ürünlerine yönelik ilginin arttığı özel zamanlardan biri olarak öne çıkıyor. Bu dönemde akıllı telefon, televizyon, tablet, notebook, giyilebilir teknolojiler ve oyun ekipmanları gibi farklı kategorilerde çeşitli kampanya ve avantajlar sunmayı planlıyoruz. Hediye tercihlerinde yaşamı kolaylaştıran, konfor sağlayan ve kullanım



deneyimini güçlendiren ürünlere yönelimin arttığını görüyoruz. Babalar Günü'nde de özellikle eğlence odaklı ve günlük kullanıma pratik katkı sunan teknoloji ürünlerinin yoğun ilgi görmesini bekliyoruz.

■ Dijital dönüşüm ve sürdürülebilirlik konusundaki çalışmalarınız neler?

Dijitalleşmeyi, müşteri deneyimini uçtan uca geliştiren stratejik bir alan olarak görüyoruz. Teknosa'da yapay zekâyı müşteriye merkeze alan bir yaklaşımla işimizin farklı aşamalarında kullanıyor; müşterilerimizin beklenti ve ihtiyaçlarını daha doğru analiz ederek onlara daha hızlı, kişiselleştirilmiş ve kesintisiz bir deneyim sunmaya odaklanıyoruz. Yapay zekâ tabanlı öneri motorlarıyla müşterilerimize önceki alışverişleri ve arama geçmişi doğrultusunda özel ürün ve fırsatlar sunarken, pazaryeri operasyonlarımızda generative AI teknolojileriyle ürün verilerini zenginleştiriyor ve arama deneyimini daha verimli hale getiriyoruz. TeknoClub sadakat programımızla 5 milyonu aşkın üyeye ulaşmış durumdayız. Bu yapı sayesinde müşterilerimizin hem online kanallardaki hem de mağazalardaki alışveriş yolculuklarını daha yakından takip ediyor, elde ettiğimiz içgörülerle müşteri memnuniyetini ve tavsiye edilme skorumuzu sürekli geliştiriyoruz. AI destekli tahmin ve asortman modellerimizle de farklı bölgelerdeki teknoloji tüketim alışkanlıklarını analiz ederek doğru ürünü doğru lokasyonda sunmaya çalışıyoruz. Sürdürülebilirlik tarafında ise teknolojinin daha bilinçli, verimli ve uzun ömürlü kullanımını destekliyoruz. Habitat Derneği iş birliğiyle 19 yıldır sürdürdüğümüz Kadın için Teknoloji projemizle bugüne kadar Türkiye'nin dört bir yanında 42 bini aşkın kadına ulaştık. Geçtiğimiz yıl eğitim içeriklerimize yapay zekâyı da dahil ederek kadınların dijital becerilerini geleceğin ihtiyaçlarıyla uyumlu şekilde geliştirmelerine katkı sağladık. Son üç yılda projeye yapılan her 1 TL'lik yatırımın 4,16 TL sosyal fayda yaratması da bu çalışmanın etkisini somut biçimde ortaya koyuyor. Bu yıl da 4 binden fazla kadına daha ulaşmayı hedefliyoruz.

YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ SATIŞ DANIŞMANI ASİSTANI: BİLGE

■ Yapay zekâ konusunda çalışmalarınız neler?

Yapay zekâ ve veri analitiğini, müşterilerimizin değişen ihtiyaç ve beklentilerini daha doğru okuyabilmek adına önemli bir destek alanı olarak değerlendiriyoruz. Teknolojinin sunduğu hız ve analiz gücü sayesinde müşteri davranışlarını daha kapsamlı analiz edebiliyoruz, farklı temas noktalarındaki beklentilere daha hızlı yanıt verebiliyoruz. Özellikle kişiselleştirme, ürün önerileri ve müşteri deneyiminin geliştirilmesi gibi alanlarda yapay zekâ destekli uygulamalardan yararlanıyoruz. Online kanallarımızda 7/24 destek sunan AI tabanlı chatbotumuzun yanı sıra, mağaza ekiplerimiz için geliştirdiğimiz yapay zekâ destekli satış danışmanı asistanı Bilge ve 2025'te hayata geçen Bilge 2.0 – Satış Sihirbazı ile ürün, kampanya, ödeme seçenekleri ve stok bilgisi gibi konularda anlık destek sağlıyoruz. Bu sayede ekiplerimiz müşterilerimize daha hızlı yönlendirme sunabildikçe, alışveriş sürecinde daha akıcı ve verimli bir deneyim oluşturabiliyoruz. Aynı zamanda müşterilerimizin ihtiyaçlarına daha kısa sürede yanıt vererek teknoloji alışverişini daha kolay ve kesintisiz bir deneyime dönüştürmeyi amaçlıyoruz. Bununla birlikte, teknoloji ne kadar gelişirse gelişsin insan dokunuşunun belirleyici olmaya devam ettiğine inanıyoruz. Yapay zekâ büyük veri setlerinden güçlü içgörüler üretirken, bu içgörülerini anlamlı bir deneyime dönüştüren unsurun müşteriye doğru okumak, ihtiyaçları doğru anlamak ve markanın yaklaşımını doğru şekilde yansıtmak olduğunu düşünüyoruz. Önümüzdeki dönemde teknolojiyi insan sezgisiyle doğru şekilde buluşturan markaların müşterileriyle daha güçlü bağ kuracağına inanıyoruz.

'MÜŞTERİLERİMİZE HER KANALDA DAHA HIZLI ALIŞVERİŞ SUNMAYI HEDEFLİYORUZ'

■ Şirketinizin bu yıl için mağaza ve istihdam hedefleri neler?

Müşterilerimizle birebir temas kurduğumuz mağazalarımızı, digital-first dönüşüm yolculuğumuzun güçlü ve tamamlayıcı bir parçası olarak konumlandırıyoruz. Önümüzdeki dönemde mağazalarımızı yalnızca satış noktası değil müşteriye doğru ürün, hizmet ve danışmanlık sunan

bütüncül deneyim alanları olarak güçlendirmeye devam edeceğiz. İstihdam tarafında ise odağımız, ekiplerimizin yetkinliklerini teknolojiyle desteklemek ve çalışan deneyimini geliştirmek. Örneğin; hayata geçirdiğimiz yapay zekâ destekli satış danışmanı asistanı Bilge, mağaza ekiplerimize ürün bilgisi, kampanya, ödeme seçenekleri ve stok durumu gibi konularda anlık destek sunarak satış süreçlerini

daha verimli hale getiriyor. Bilge'yi aktif kullanan satış danışmanlarımızın hedef gerçekleştirme oranında artış yakalaması da bu yatırımın sahadaki somut etkisini gösteriyor. Önümüzdeki dönemde mağaza deneyimini dijital kabiliyetlerle daha da güçlendirerek, müşterilerimize her kanalda daha hızlı, güvenilir ve kişiselleştirilmiş bir teknoloji alışverişini sunmayı hedefliyoruz.