

NTT Data Solutions'un bölgeye açılan kapısı Türkiye

Türkiye üzerinden dünyadaki pek çok dijital dönüşüm projesini hayata geçiren NTT Data Solutions, Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarında da ülkemizi merkez olarak seçti.



Ayhan Sevgi

itelligence, 1 Nisan 2021 tarihi itibarıyla çalışmalarını NTT Data Business Solutions adı altında yürütmeye başladı. Türkiye'de ve ülkemiz üzerinden dünyanın pek çok bölgesinde teknoloji projelerini hayata geçirdiklerini belirten NTT Data Business Solutions Türkiye ve MENA CEO'su Dr. Abdülbahri Daniş, sorularımıza yanıtladı:

NTT Data Business Solutions'un yeni yapısı hakkında bilgi verebilir misiniz?

NTT, Japon orijinli bir şirket ve merkezi Tokyo'da. 2000'li yılların başlarında globalleşme stratejisini hayata geçirdi. Pek çok satın alma ile birlikte inorganik olarak büyüyor. 2008'de de itelligence firmasını satın aldı. NTT Data, NTT Grubu'nun altında bir teknoloji şirketi. itelligence ağırlıklı olarak SAP uygulamalarına yoğunlaşmış bir şirketti. NTT bu ve aldığı diğer satın aldığı markaları koruyan bir strateji güttü. Ancak "One NTT" şeklinde tek bir NTT markası ile faaliyet gösterecek bir vizyon oluşturdu. 2012 yılında da NTT, itelligence markasını lokal bir şirketi satın alarak Türkiye'ye giriş yaptı. O zaman 120 kişilik olan organizasyon, bugün bin 250 kişiden daha fazla istihdam barındıran bir organizasyona dönüşmüş durumda. 1 Nisan'dan itibaren de itelligence markası NTT Business Solutions'a dönüştü. Bu, en başta konulmuş vizyonun bir parçası. Bunun yanı sıra Türkiye'de çok büyük olmasa da "NTT Data Türkiye" adında 30-40 kişilik bir organizasyon vardı. Onu da tek bir çatı altında topladık. Hem itelligence hem de NTT Data Türkiye, "NTT Data Türkiye Business Solutions" çatısı altında bulundu. Bu, marka dönüşümünün ötesinde bir şey. Nitekim itelligence ağırlıklı olarak SAP üzerine kurulmuş bir

yapıydı. NTT Data Türkiye ise tamamen non-SAP bir yapıda faaliyet gösteriyordu. Bu ikisi NTT Data Türkiye Business Solutions çatısında birleşmiş oldu.

Artık sadece iş uygulamaları şirketi değilsiniz. Ürün, çözüm, hizmetlerde yaşanan değişime değinebilir misiniz?

SAP tarafında sadece Türkiye'yi değil, tüm bölgeyi domine ediyoruz. Dünyanın her yerinde SAP projesi yapıyoruz. SAP yatırımlarımız büyüyerek devam edecek. Bundan 2 yıl önce ciromuzun yüzde 100'ü SAP ürün ve hizmetleri tarafından geliyordu. Her yıl yaklaşık olarak ortalama yüzde 40 büyüme gerçekleştirdiğimizi düşünürseniz, hem SAP hem de diğer alanlarda çok fazla büyüdük. Hem SAP tarafında agresif ve sürdürülebilir bir şekilde büyümeye devam edeceğiz; hem de SAP harici teknolojiler ve hizmetlerde de büyüyeceğiz. Teknoloji bağımsız olarak Türkiye ve diğer pazarlarda bazı temel sektörlerde gidilecek çok yol var. Dünyada NTT Data'nın uyguladığı çok farklı ürünler var. Bunları hem Türkiye hem de bölgeye çok kısa süre içerisinde getireceğiz. Buna, çok aktif bir şekilde başladık.

SAP dışındaki vizyonunuz hakkında bilgi verebilir misiniz?

Telko, finans, sağlık gibi sektörlerde NTT Data tek başına dünyadaki inovasyonu, Ar-Ge'yi temel alan, yönlendiren şirketlerin de başında geliyor. Bu anlamda çok farklı ürün, servis, hizmetleri var. En iyi uygulamaları Türkiye'ye getireceğiz. AI, blockchain, Endüstri 4.0 gibi başlıklarda teknolojiler, bugünün teknolojisi. Bunlar bir emtia haline gelmiş durumda. Bugün, AI ile ilgili birçok ürün Türk, global teknoloji sağlayıcısı tarafından zaten sağlanıyor. Buradaki şirketleri farklılaştırın konu ise doğru çalışmaları



NTT Data Business Solutions Türkiye ve MENA CEO'su Dr. Abdülbahri Daniş

yapabilmek, bir iş ihtiyacını bulup bu teknolojileri kullanarak o iş ihtiyacını çözmek. NTT Data'nın en büyük farkı; artık emtia haline gelmiş bu teknolojileri dünyanın dört bir yanındaki pek çok şirkette mevcut problemleri çözmüş olması. Amacımız; dünyada uygulanmış başarı hikayelerini Türkiye'ye, Türkiye'de yaptıklarımızı da dünyaya taşımak. Bir parantezi de işin inovasyon tarafına açmak isterim. Ar-Ge ve inovasyonun laboratuvarında yapıldığı sektörler, hikayeler de var; ama inovasyon, Ar-Ge kapsamında esas yenilikçi bir şey ortaya koymak istiyorsanız bunu sahada, müşterilerinizle birlikte yapmak zorundasınız. NTT'nin ve bizim sektörde gördüğümüz en büyük deneyim bu. Müşterilerimizle birlikte inovasyon yapıyoruz. Bu konuya NTT Data, 3.6 milyar dolar ayırdı. Bu fonun bir kısmını da Türkiye'ye getiriyoruz. Türk müşterilerimizden biri ile bir inovasyon projesi ortaya koymak istediğimizde bunu Japonya'ya anlatıyoruz, oradan bir fon alıyoruz. Bu avantajı müşterilerimizin yararına olacak şekilde daha fazla kullanmak istiyoruz.

NTT Data'nın bölgesel Ar-Ge birimlerinden biri

olduğunuzu söyleyebiliriz, öyle değil mi?

Evet. Bu sadece Ar-Ge ile de sınırlı değil. 1 Nisan itibarıyla globalde alınan bir karar var. Bu karar, Türkiye açısından çok önemliydi. Çünkü yurtdışında bir teknoloji üssü açılması kararı verildi. Avrupa ülkeleri, ABD, Hindistan, Pakistan, Vietnam gibi çok farklı coğrafyalardan off-shore hizmeti alıyorlar. Saat farkı; bizim çok avantajımıza olan bir konu. Biz tüm Avrupa ülkelerine 1-2 saat zaman farkı ile hizmet verebilir haldeyiz. Dolayısıyla daha yakın bir New-Shore Center kurulma kararı alınmıştı. Bunun için Romanya, Bulgaristan, Polonya ile ciddi bir rekabetimiz vardı. En sonunda bu yapının Türkiye'de açılmasına karar verildi. Biz şu anda apayrı bir organizasyon kuruyoruz. Bu organizasyon, Avrupa ülkelerine Türkiye'den hizmet verecek. Biz Türkiye ekibi olarak dünyanın her yerinde proje yaparak bunu yapabileceğimizi kanıtladık. Bu teknoloji üssü de ekibimizin çalışmalarının bir meyvesi oldu. Umarım ileriki yıllarda çok daha büyüterek devam edeceğiz.

İş uygulamaları, dijital dönüşümün temelini oluşturuyor. Yeni teknolojilerle daha geniş bir

BThaber
7 - 13 HAZİRAN
2021

BİLİŞİM DÜNYASI 11

alana hizmet edeceksiniz. Bu da sizlere farklı bir büyüme stratejisi getiriyor. Bunun için Türkiye'de nasıl bir büyüme stratejisi izliyorsunuz?

Çalışan sayısı olarak 120 kişiden bin 250'ye çıkarken öncelikli olarak ana işlerimizi büyüttük; ama her yıl bunun yanına, daha önce olmadığınız yeni gelir kaynaklarına yatırım yaparak ilerledik. Örneğin; 4-5 yıl öncesinde teknoloji olarak e-ticaret alanında yaktuk. Şu anda e-ticaret alanında Türkiye'nin en büyük şirketlerinden bir tanesiyiz. Bulut bilişim ve İK alanlarında 4-5 sene önce yaktık; şu anda bu alanlarda Türkiye'nin ve bölgenin en büyüğüüz. Dolayısıyla daima yeni alanlara yeni yatırımlar yaparak büyüdük. Bu konuda Batılı ülkelere göre de daha cesuruz. Yurtdışı bölgesel toplantılarımızda hep bizim bunları nasıl başardığımızı anlamaya çalışıyorlar. Bunlar kolay olmuyor. İnsanların gönül vererek çalışmalarının bir sonucu. NTT Data ile birlikte yeni gelir kaynakları anlamında çok daha fazla imkanımız var. Bu noktada iki türlü büyüyoruz. İlk olarak; yeni bir alana giriyoruz. O alanda ekipler kuruyoruz. O konunun en iyileriyle işi büyütüyoruz. İkinci olarak; yeni mezunlarla bu alanı büyütüyoruz. Yeni bir alana girdiğinizde bunun meyvesini toplamak, geri dönüşün almak bazen çok kısa, bazen biraz daha uzun süre de olabilmesine rağmen 1-2 yıllık bir süreç demek. OneTalent adında bir yeni mezun programımız var. Pandemi şartlarının olduğu bu yıl, 150 yeni mezun alıyoruz. Geçen sene 50, bir önceki sene 40 kişiyi bünyemize kattık. Bu yeni arkadaşlarımızı da ekosisteme entegre ederek, yeni yatırım yaptığımız sektör, ürün ve teknolojileri hızlı bir şekilde büyüteceğiz. Dolayısıyla büyüme stratejimiz; mevcut alanlarda büyümek ve bu alanların yanına her sene yeni alanlar koymak.

Bu noktada yeni şirketler satın alma gündeme gelebilir mi?

Biz 2012'den sonra organik bir şekilde büyüdük. Herhangi bir

şirket satın alması yapmadık. Bu tür şeyleri dönem dönem değerlendiriyoruz. Japonlar ise daha uzun vadeli bakıyorlar. Onların kısa dönemleri, bizim daha geniş bir zaman dilimine tekabül ediyor. Organik olarak gidebileceğimiz çok yer var; ama stratejimize uygun bir şey olursa bu da sürekli değerlendirdiğimiz bir konu.

Pandemide herkes yeni arayışlara girdi. Teknoloji altyapısı sağlam olan şirketlerin farkı da bu dönemde ortaya çıktı. Bu noktada siz Türkiye'deki dijital dönüşümü, süreçleri nasıl değerlendiriyorsunuz?

Türkiye'de bazı şirketler bu alana çok fazla yatırım yapıyordu. Türkiye'nin çok önemli şirketleri, dijital dönüşümün ilk fazını birlikte bitirdiğimiz müşterilerimizdi. E-ticaret platformlarını bir yere taşıdığımız, lojistik süreçleri ile entegre ettiğimiz yapıları. Bu yatırımların semeresini bu dönemde aldılar. Çok hızlı bir şekilde büyüdüler. Teknoloji anlamında yaptığımız yatırımla yeni yatırım fırsatlarını da gördüler. Herhangi bir dijital dönüşüm yatırımının tamamlandığını düşünmüyorum. Sürekli, her yıl, farklı ihtiyaçlara göre şekillenen bir yol haritasından bahsediyoruz. Ama artık bu yol haritasında yer alan şirketlere yönelik yeni bir yol haritası çıkarma zamanı. Bu şirketlerle birlikte neler öğrendiğimizi, neleri daha farklı noktalara getirip nerelerde ayrışabileceğimizi konuşuyoruz. Bir diğer grupta Türkiye'nin önemli bir kısmını oluşturan KOBİ'ler yer alıyor. KOBİ'ler ağırlıklı olarak patron şirketleri. İkinci, üçüncü nesil aileden kişilerin yönettiği, yavaş yavaş kurumsallaşan, adım adım yurtdışına açılan şirketler. Türkiye'nin ötesinde çok farklı coğrafyalarda yeni fabrikalar satın alıyorlar, yeni yatırımlar yapıyorlar. Özellikle KOBİ'nin üst segmentinde yer alan, tüm dünyaya örnek olmuş şirketlerimiz var. Bir grup da tüm bunlara karşı biraz daha mesafeliydi. Örneğin; bulutu

anlatmak adına ciddi efor sarf ettiklerimiz oluyordu. Pek çok şirket, bunu yapmaya daha zaman olduğu görüşündelerdi. Ama biz şu anda artık hiçbir şirketle dijital dönüşüm yapıp yapmamayı konuşmuyoruz. Sadece bu dijital dönüşümün nasıl yapılacağını konuşuyoruz. Bulut çözümlerini anlatmak için ek bir efor harcamıyoruz. Çünkü artık onlar bunu deneyimlediler. Onlarla bu trene nasıl daha hızlı atlayabileceklerini konuşuyoruz. SAP'nin kurumsal kaynak planlama anlamında temel, çekirdek çözümleri bu işin merkezi; ama işin sadece bir kısmı ve başlangıç noktası. Bunu yapmalarının üzerine, bunu tamamlayıcı yeni teknolojileri de koyup esas faydaları görmeleri gerekiyor. Hep birlikte gidecek daha çok yolumuz var. Şu anda çok daha büyük bir iştah var. Şirketler daha açıklar, bunu daha hızlı yapmaya çalışıyorlar. Bizim de yapmaya çalıştığımız; yol haritasını onlarla birlikte çalışıp bir adım ileriye taşımak. Çok büyük gruplarda da çok büyük değişimler var. Büyük gruplarla daha katma değerleri iş modelleri sağlamak üzerine konuşuyoruz. Pek çok global şirketin tüm destek hizmetlerini biz veriyoruz. Sistemlerinin bakımlarını bizim yaptığımız, yeni projeler meydana getirmelerine yönelik bir model uyguluyoruz. Türkiye'deki pek çok büyük grupta da bu noktaya gelmiş durumdayız. Büyük kurumsal onlarca, yüzlerce kontrat yönetiyorlar. Tümünü derli toplu bir hale getirmeyi konuşuyoruz. SLA hizmet çerçevesinde enerjilerini yeni projelere harcamalarını sağlamak adına bunu hizmet olarak vermeyi ifade ediyoruz. Hem Türkiye'de hem de dünyada bu yönde çok yüksek bir talep var.

KOBİ'ler bu yeni teknolojilerle birlikte inovasyonlar, yeni geliştirmeler de yapabilirler.

Ar-Ge, artık laboratuvarla yapılanın çok ötesine geçtiği için büyük markalar da tedarik zincirinde yer alan KOBİ'lerinden Ar-Ge ve inovasyon yapmasını istiyorlar. Şirketler, bu noktada farklılaşıyor. Günümüzde

Türk KOBİ'leri salt oradaki markalara hizmet verebilmek için Meksika'da, Çin'de, Balkanlar'da şirket satın alıyor. Bunu herkesin yaptığını söyleyemem; ama bu vizyona sahip pek çok şirket de var. Onların da kendi içlerinde Ar-Ge departmanları var. Bu anlamda biz de çeviyiz, hızlıyız, sahadayız ve çok da başarılıyız. Bizi farklılaştıran konuları çok iyi bir şekilde fırsata çevirmemiz gerekiyor.

Yurtdışında hedeflerinizden de bahsedebilir miyiz?

Merkez ofisi Dubai'de olan NTT Data Business Solutions MENA var. Oranın yönetimini de Türk ekibi olarak biz yapıyoruz. Ben aynı zamanda oranın da CEO'suyum. Orada çalışan Türk arkadaşlar kadar, farklı ülkelere de çalışanlar var. Bölgenin yönetimi de bizde. O bölgede önümüzdeki dönemde çok agresif bir şekilde büyüyeceğiz. Teknoloji üssümüz olan New-Shore'dan da hizmet vereceğiz. Üçüncü bir bacak da; biz Türkiye'de ürettiğimiz bazı ürünleri buraya pozisyonlayarak buradan dünyaya satıyoruz. Örneğin; perakende sektörüne yönelik olarak Türkiye'de POS çözümü geliştirdik. İçerisinde sadakat yönetimi ile birlikte uçtan uca bir çözüm geliştirdik. Bu çözümü buradan ABD, İngiltere başta olmak üzere, tüm dünyaya satıyoruz. Bazı konularda projeler de yapıyoruz. ABD, Japonya, Çin, Hindistan, Almanya, İngiltere'de, dünyanın dört bir yanında projeler yaptık. Bizi seçmelerinin tek nedeni maliyet avantajı değil. Bir teknolojiyi ne kadar fazla kullanır, ne kadar fazla proje ve iş yaparsanız, bilginiz ve deneyiminiz de o kadar artıyor. Biz çok antrenmanlıyız. Sadece geçen yıl 55 projeyi canlıya aldık. Neredeyse her hafta bir proje canlıya aldık. 3-5 günlük ufak projelerden değil, uçtan uca dönüşüm projelerinden bahsediyorum. Bu tip bir teknoloji, sektörel uzmanlık ve deneyim bilgisi çok fazla yerde yok. O yüzden fark yarattığımızı inanıyorum. Ekip arkadaşlarımız sayesinde hep birlikte çok daha fazlasını yapacağız.