

100 doların 45 doları bireysel, yüzde 75'i üç büyük ilden

“TÜRKİYE’DE BÜYÜK BİR DİJİTAL UÇURUM VAR”

Index Grup CEO’su Erol Bilecik hem genel trendleri hem de Türkiye’de teknolojiye gelişmelerin nabzını en iyi tutan isim... Bilecik, Apple distribütörlüğüyle adımlarını hızlandıran Index Grup’un 2013 için beklentilerinin olumlu olduğunu söylüyor. 2015’te 2 milyar dolarlık ciro hedefi için ise “Çok kararlılıkla arkasında durduğumuz bir rakam” diyor. Trendlere gelince, “Sahip olma duygusu yoğunlaştı. Daha kişisel odaklı ürünler ön plana çıkmaya başladı” diye devam ediyor. Türkiye’de sektörde bireysel ürünlerin payının yüzde 45’e ulaştığını ancak tüketimin hala 3 büyük ilde yoğunlaşmasının “dijital uçurum” yarattığını belirten Bilecik, “Geri kalan 78 ilin payı sadece yüzde 25... Bu uçurumun kapanması gerekli” diyor.

EZGİ GÜLER ezgiguler@turkishtimedergi.com

Bilişim sektörü dediğimizde akla gelen ilk yerli şirketlerden biri olan Index Grup tam 24 yılı geride bıraktı. Türkiye’nin en büyük bilgisayar dağıtıcısı konumunda olan grup, sektörün etkili oyuncularından biri olarak 200’den fazla dünya markasının dağıtımını yapıyor. 600 çalışanı ve 8 binden fazla iş ortağıyla yılda 1,2 milyar dolar ciro elde ediyor. Şimdilerde ise Apple’ın Türkiye’deki ikinci distribütörü olmanın tadını çıkarıyor. 2012’ye damgasını vuran Index, 2012’de beklediği büyümeyi yakalayamamış olsa da 2013’ten umutlu. “2012’de yaşananlar büyümeyi hızlandırmadı, ancak bundan sonra büyüme çok daha hızlanacak” diyen Index Grup CEO’su Erol Bilecik, çeyrek yüzyıl tamamlamaya hazırlanan Index Grup’u ve bilişim sektörünün geleceğini Turkishtime’a anlattı...

Grup olarak 24 yılı geride bıraktınız ve Türkiye bilişim pazarına yakın tanıklık ettiniz. Geride kalan bunca yılın ardından nasıl bir değerlendirme yaparsınız?

Bilişim sektöründe Türkiye’yi pazara sonradan giyen bir oyuncu olarak değerlendirdiğimizde,

müthiş değişimleri geride bıraktığımız bir çeyrek yüzyıl görüyoruz. Bu çeyrek yüzyılda diğer sektörler bakarsanız, yaşanan değişimlerin bilişim sektöründe olduğu kadar büyük olmadığını görürsünüz. Sektörün miladı olan 1990’lı yılların başında, iki temel şeye ihtiyaç vardı. Birincisi, bilişim teknolojileri ürünlerinde bir farkındalık yaratılmasıydı ki ve böylece oyun alanının genişlemesi müthişti. İkincisi ise son kullanıcıların bu oyunda yer almasıydı. Gerçekten bu bir özlemdi. O yıllarda bireysel tüketicilerin sektör içindeki payı, toplam 100 birimlik harcamanın içinde 5-6 oranındaydı. Bu oran, şu an yüzde 42-43’lere çıktı. Artık oyunda bireysel tüketici söz sahibi. Bu oranın önümüzdeki iki yıl içinde yüzde 60’lara varacağını düşünüyorum. Temel olarak teknolojinin çıktığı yol iş, eğitim ve eğlence dünyasıydı. Teknoloji yine eğlence, iş ve eğitim için. Data, video ve ses, artık bu üçlü oyunda eşit derecede rol almaya çalışıyor. Tabii rakamlara baktığımızda bilişim sektörü, hala 2-3 basamaklı milyar dolarların döndüğü bir pazar değil. Klasik endüstriler bu pastadan daha fazla pay alıyor. Ancak bu 25 yıllık geçmişte, bilişim teknolojileri tamamen





"Homend'in ihracatını yapacağız"

Homend ile üretici konumundasınız. Bu pazara yönelik gelecek planlarınız neler?

Küçük ev aletleri işine girdiğimizde çok rahat üstesinden gelebileceğimizi gördük. Bu sektöre çok farklı renkler getirdik ve burada oyunun kurallarını biz getirmedik ama biz değiştirdik. Garanti kartı vermeden de lade yapılabileceğini gösterdik. 48 saat içinde 'ürününüz onarılır ya da değiştirilir' mantığını geliştirdik. Faturasını gösteren her tüketicinin, ürünün arkasında olan bir üretici görmesini istedik. Grubumuzun kalfalık döneminde ortaya çıkardığı bir marka olarak Homend, Türkiye'de yeterli kadar güçlendikten sonra dünyanın pek çok ülkesine rahatlıkla ihracatını yapacağımız bir marka olacak.

diğer sektörlerin yatay olarak içinden geçer hale geldi. Yani otomotiv içerisindeki bilişim sektörü kuvvetini kaldırırsanız otomotiv endüstrisi çöker, çünkü artık iyi bir otomobilin yüzde 20'si yazılımdan oluşuyor. Turizme, inşaatla baktığımızda teknoloji kullanımı olmasa bu sektörler yalpalar.

İşinizin odağında donanım bulunuyor ancak son yıllarda değişen pazar ve dinamikler iş modelinizi nasıl etkiledi?

Her 100 dolarlık iş hacminin 45 doları bireysel tüketiciden geliyor. Geri kalan 55 dolar KOBİ'ler, kamu ve diğer segmentlerden geliyor. Katma değerli servisleri ve ürün gruplarını daha fazla ayırttıracağız. Bir noktaya gidiyoruz. Kurumsal ve tüketiciye yönelik ürün ve servislerin, ince çizgiyle birbirinden ayrıldıkları bir yapıyı benimsiyoruz. Hatta bu doğrultuda Artım Bilgisayar'ı satın aldık. Katma değeri daha yüksek yapılara baktığımızda ise proje yönetiminin daha fazla olduğu, içinde yazılımın çok daha etkin olduğu, kurumsal müşterilerin ihtiyaçlarını daha fazla anlamaya çalışarak çözümler ürettiğimiz yapılardan bahsediyoruz. Bunun bir ucunda yer alan bulut bilişimle "yazılımda kullandığın kadar öde" modelini donanım tarafında da göreceğiz. Kullanıcı alışkanlıklarının A'dan Z'ye değiştiğinden söz ediyoruz, öte yandan kurumsalda da bir kullanıcının alışkanlığı değişimi söz konusu. Mülkiyet an-

lamında şirketlerin "almamak da olur" dediği bir döneme giriyoruz. Biz de yapılanmamızı şimdiden bu yöne kaydırıyoruz. Ayrıca bilişimde toplam yapılan işlem hacminin neredeyse yüzde 75'i Türkiye'de üç büyük şehirde, geri kalan yüzde 25'lik hacimse 78 ilde gerçekleşiyor. Bu anlamda ülkemizde ciddi bir "dijital uçurum" var. Bunun değişmesi gerekiyor.

Türk tüketicisi en çok hangi teknoloji ürünlere ilgi gösteriyor?

Grup olarak 200'e yakın teknoloji markası ithal ediyoruz. 8 binden fazla bayi kanalıyla hareket ediyoruz. İşimizin yüzde 49'unu oluşturan bir bölüm mobil ürünler; netbook'lar, notebook'lar ve tabletler. Son dönemde paylaşım arttıkça harici sabit disklere olan ihtiyaç arttı. Her şey birbirine bağlı aslında, bir akıllı telefonunuz varsa bu ürünlere doğal olarak ihtiyaç duyuyorsunuz. Bir de artık çok işlevli yazıcılar revaçta. Kendi işkolumuz olmamasına rağmen piyasayı yönlendiren en büyük trend ise akıllı telefonlar. 2013 Türkiye'sinde mobil ürünler, akıllı telefon hariç 4 milyon rakamını zorlayacaktır. Diğer taraftan baktığımızda ise cep telefonu pazarı 10 milyonu buluyor. Akıllı telefon kendi içinde muazzam yüzdelere ulaşacak.

Finansal hedeflerinize baktığımızda Index Grup, 2012'de yüzde 12'lik bir büyüme bekliyordu. Bunu ne kadar gerçekleştirebildiniz?

Bu maalesef gerçekleşecek gibi gözükmedi. Çünkü toplam sektöre baktığımızda akıllı telefonlar, bizim iş alanımıza girmeyen bir alan olarak çok büyüdü ve 2012'nin ikinci yarısı insanlar için kafa karışıklığının yaşandığı bir dönem oldu. İnsanlar, "Acaba notebook mu, akıllı telefon mu yoksa tablet mi alsam?" sorusuyla baş başa kaldılar ve bu kafa karışıklığını biz ticari olarak hissettik. Bu sorgulamadın galip çıkan ise akıllı telefon oldu. Akıllı telefon bir aksesuar gibi fazla kişisel ve bu maçı aldı sonunda. 2012'de yaşanan bir diğer önemli süreç ise Windows 8 oldu. Windows 8 ile birlikte insanlar kararlarını askıya aldı. Bunların hepsi doğal olarak büyümeyi hızlandırmadı ancak büyümeyi daha sonra çok hızlandıracağını düşündüğüm gelişmeler oldu.

Peki 2013 yılı için öngörüleriniz neler?

2013 için fevkalade umutluyum. Hükümetin cari açık konusunda çok başarılı bir yönetim tarzı izlediğini ve kararlı olduğunu görüyoruz. Toplam büyümeyi frenlemek ve cari açığa odaklanmak doğru bir strateji. Yavaş büyüme içinde olan Türkiye'de herkesin kendi işini nasıl hızlı büyüteceği sorusunu

yanıtlamak gerekiyor. 2013 yılında makro ekonomik dengeler daha temkinli olmayı öğrettiyse olsa da ben bilişim sektörünün önünün açık olduğunu görüyorum. Bizim açımızdan ise 2012'de Apple ile gerçekleştirdiğimiz anlaşma, 2013 için iş planlarımızı yaparken biraz daha rahat etmemizi sağlayan bir faktör oldu. 2013 için çok keyifli bir büyüme yüzdesi anons edeceğimizden eminim.

2013'e dönük yeni iş birlikleri ya da Index bünyesinde yenilikler olacak mı?

Kendi dinamizminiz içinde şirket satın almak, çoklu şirket modelini yönetmek ve ürün bazında segmente edilmiş yapıları yönetmek bir refleks haline geldi. Bu tip fırsatları mutlaka düşünüyoruz. Bunlar 2013'te şekillenecek, bekleyip göreceğiz.

2015 için 2 milyar dolarlık bir ciro beklentiniz var. Bu hedefe yaklaşmak için neler yapıyorsunuz?

Çok kararlılıkla arkasında durduğumuz bir rakam. Şirket satın alma kültürümüz ve refleksimizle de bu rakamlara emin adımlarla ilerliyoruz. Yola çıkarken hem iddialı hem de iddianın altında sağlam iş planlarınız olmalı ki hedeflerinizi gerçekleştirebilesiniz. Biz yarım milyar dolarları geçtiğimizde rekabet bugün gördüğümüzün yarısıydı. 1 milyar doları geçtiğimiz yıllarda da belki de rekabet üçte birdi.

Peki Apple'ın varlığıyla bundan böyle Index'te neler değişecek?

Bu anlamda önemli bir misyonumuz var; 81 ilin her şehirden Apple satan iş ortakları oluşturmak. Apple ürünlerinin Türkiye'nin her tarafından daha kolay ulaşılabilir, daha kolay satılabilir hale gelmesini sağlamak. Bu bizim için bir başlangıç ve bu başlangıçtan beri de iyi oynamaya başladık. Önemli değişimlerden biri de Apple'ın getirdiği iş hacmi ve ekstra volüm. Tabii daha çok hiç Apple'a dokunmamış binlerce insanı Apple ile tanıştırmak bizim için çok keyif verici oldu.

Türkiye dışındaki planlarınız neler?

Grubun ürettiği toplam işlem hacmi 1,2 milyar dolar civarında. Üç tane açılım bölgemiz var. Türkiye Cumhuriyetleri, Ortadoğu-Afrika ve Balkan ülkeleri. Her ne kadar kendi içinde problemleri olsa da bu bölgeler bizim ilgi alanımızda. Ancak Arap Baharı pek çok şirketin olduğu gibi bizim de o bölgeye dönük planlarımızı ertelememize sebep oldu. Bölgenin biraz daha düzene girmesini bekli-



Değişim trendleri nereden gelecek?

EĞİTİM, EĞLENCE, İŞ ÜÇGENİ

İnsanın sahip olma duygusu yoğunlaştı. Daha kişisel odaklı ürünler ön plana çıkmaya başladı ve satın alma kolaylıkları da artınca bu trend kendiliğinden doğdu. Hemen her yerde online ve bilgi sahibi olma isteği bu trendi tetikledi. Bazı hiç değişmiyor; eğitim, eğlence ve iş kendi içinde müthiş bir üçgen. Ve insanlar da bu üçgene yaslanmış vaziyettedir. Ancak gelişim anlamında ben hala yolun çok başında olduğumuzu düşünüyorum. Bill Gates'in söylediği şu söz aklımdan çıkmıyor: "Şu ana kadar keşfedilmişler, keşfedilmemişlerin olsa olsa yüzde 5'i olur." Bazen teknolojik gelişmeler karşısında "Hakikaten bu geldiğimiz son nokta galiba" diyoruz. 25 yıldır bu işin içindeyim ve inanıyorum ki daha göreceğimiz çok şey var. Teknolojik gelişmelerin bundan

sonra daha da hızlanacağını düşünüyorum.

SESE ODAKLI TEKNOLOJİLER!

- Sese odaklı teknolojiler daha öne çıkacak.
- İlerleyen dönemlerde biraz daha karışık datanın yönetildiği sistemler, daha fazla aranan teknolojiler olacak. Ama bunların hepsi bu üç temel eğitim, iş ve eğlence başı içinde olacak.
- Bugün ABD ya da Japonya'da lanse edilen ürünün aynı zamanda Türkiye'de olması artık kaçınılmaz.
- Fakat yeni teknolojilerin iş yapma biçimimize yerleşmesi biraz zaman alabiliyor. Bugün genç nesil teknolojiyi hemen kabulleniyor, ama teknolojinin işin değişimi anlamında yerleşmesi zaman alıyor ve bu anlamda Batı ile her halükarda aramızda bir faz farkı doğuyor.

yoruz ve bu bölgelerde şimdilik antrenman yapıyoruz. Yıllardır süren şubeleşme çalışmalarımızı tamamlamamıza rağmen henüz gaza basmış değiliz. Bu anlamda 2014'te kesinlikle düşmeye basılacak. En umut vaat eden bölge ise Ortadoğu ve Afrika. Özellikle Afrika'daki 40-45 ülkenin 5-10 yıl sonra bambaşka yerde olacağını görüyorum. Dünya ekonomisinde çok farklı yüzdelere temsil edileceğini inanıyorum.