

## Dijitalleşmenin anahtarı Y Kuşağı'nda

Kurumsal İçerik Yönetimi, dijital dönüşümün en önemli parçası olarak karşımıza çıkıyor. İş süreçlerinde yaşanacak değişim çok büyük, kurumlar sadece iş süreçlerini değil iş modellerini değiştirmek zorunda kalacak.

Önümüzdeki 10 yıl boyunca Kurumsal İçerik Yönetimi çözümleri, IOT ve Yapay Zeka teknolojileri ile bütünleşerek gündemimizde olacak. Kurumlar öncelikle çalışanlarını mobil cihazlarla içerik yönetimi çözümleri ile sürece dahil ediyor. Mümkün olan tüm iş süreçlerini mobil veya sosyal medya kanalından başlatıyor, yönetiyor. Henüz doküman ve arşiv yönetimi altyapılarını kurmamış olan kurumların sayısı ise hiç de az değil. Bu kurumlar, yeni teknolojileri avantaja dönüştürebiliyor. İçerik yakalama kanallarını otomatikleştirerek süreçlerini kolaylaştıracak uygulamalar yaygınlaştı.

"İçerik ve analitik yönetiminde fark yaratmak için Dijital Dönüşüm stratejileri belirleniyor, Dijital KPI'lar tanımlanıyor, birimler kuruluyor, CDO'lar atanıyor, insiyatifler alınıyor." diyen Aksis Satış ve Pazarlama Müdürü Didem Demirkaya, sözlerine şöyle devam ediyor:

"Kurumsal hafızasını oluşturmuş kurumlar, içeriğini en hızlı büyüttüğü kanalları yönetebilmek üzere doğru yatırımları yapmaya çalışıyor. Bunun en yaygın olanı; müşteri hizmetleri ve Sosyal Medya kanallarındaki içerik yakalama süreçlerini otomatize etmek. Yapay zeka kullanan yazılımları insan beyni gibi kullanıp, öğrenen altyapılarla veri analitiğinde hızlı ve öncü olmaya çalışıyorlar. Çağrı Merkezi, Chat, Web, Mail, Facebook, Twitter tüm kanallardan kuruma gelen verilerin verimlilik sağlayacak şekilde bilgiye dönüştürülmesini sağlayan projeler çok sık karşımıza çıkıyor.

Daha da ötesi, yatırımcılar ve yöneticiler daha büyük düşünüyor, önümüzdeki 5 yıl için hayal gücümüzü zorlayacak dönüşüm yolları arıyor. Y kuşağının kıvrak fikirlerinden faydalanarak bu dönüşüme hazırlanıyor. Melek yatırımcılar çok genç beyinlerden dönüşüm fikirleri almak gerektiğini özellikle vurguluyor. Gölge yöneticiler atıyor ekiplerine."

### Öncelik çalışan ve müşteri memnuniyeti

"Mutlu çalışanlar kurumun başarısını sağlıyor. Kolay kullanımlı içerik ve süreç yönetimi uygulamaları ile çalışan için hayatı ve süreçleri kolaylaştırmak, üstün kullanıcı deneyimi sunmak istiyoruz." diyen Demirkaya, sözlerini şu şekilde sürdürüyor:

"Özellikle yeni nesil çalışan modeli, kurumda bu tarz araçlar yoksa çok hızlı mutsuz olabiliyor. Sonuçta kurumun karlılığı için üreten, satış yapan, destek veren ekiplerimizden verim elde etmek ilk hedefimiz. İhtiyaçları olan bilgiye, her yerden ve en hızlı şekilde erişebilecekleri kurumsal içerik yönetimi altyapılarını sunmak, anlık analitik imkanları sağlamak zorundayız. Memnun ve rahat

çalışabilen ekipler ile müşteri memnuniyeti otomatik olarak yükseliyor.

İçerik Yönetimi artık, mevcut iş modelindeki dijital gelişmeleri de ölçüyor. Satış, pazarlama, operasyon gibi iş kollarına dijitalleşme hedefleri veriyoruz. Buna ek olarak tamamen yeni dijital iş modelleri ve fırsatlar geliştirmelerini istiyoruz. Büyüme, ciro artışı, pazar payı metrikleri farklılaşıyor. Dijital kanallar üzerinden elde edilecek gelir yüzdesi, dijital pazarlama oranı, akıllı robot ve IOT etkileşimi, sanal ziyaret adetleri gibi hedefler belirliyoruz.

Kurumsal İçerik Yönetimi ve Anlık Analitik çözümleri ile mümkün olan Dijital-Kalite Gelir modelinde; giderler düşük olduğu için daha karlı ve çok daha hızlı kazanımlar söz konusu. Ölçeklenebilir yapı ile coğrafyadan bağımsız genişleyebilme imkânı var. Çok daha düşük CAPEX yatırımları ile üyelik bazlı, risk paylaşımını kazanma modelleri uygulanabiliyor.”

### **Dijitalleşmenin kalbinde “Çevik B”T var**

“Kurumların ortak görüşü, Dijitalleşmenin ‘Çevik IT’ ve ‘Anlık Analitik’ yetkinliğinden geçtiği yönünde birleşiyor. Önümüzdeki 10 yıl Dijital Pazar gelirinin yüzde 40’ının analitik başlığında olacağı öngörülüyor. Biz de Aksis olarak analitik başlığı altında iki konuya öncelik veriyoruz; Yapay Zeka Teknolojilerini kullanarak öğrenen sistemleri oluşturmak ve kurumun müşterilerine benzersiz bir Müşteri Deneyimi sunmasını sağlamak.

Kurumsal İçerik Yönetimi altyapılarında verimli modeller kurmak önce çalışanı memnun ediyor sonra da müşteri ile ilişkilerimizi mükemmelleştiriyor. Müşterinin kurumlardan beklentilerini ve taleplerini hızlı ve doğru şekilde sunmak için çevik ve anlık analitik çözümlerinin bazı olan Akıllı Kurumsal İçerik Yönetimi altyapılarına ihtiyacımız olduğu kesin.” açıklamasını yapan Demirkaya, şöyle devam ediyor: “Müşteri artık her işini kendisi, her kanaldan ve çok hızlı çözmek istiyor, yani Self Servis, Omni-Channel ve bu çözümlerde Yapay Zeka teknolojilerinin kullanımı öncelik verdiğimiz projeler. Kurumsal İçerik Yönetimi artık bu başlıklarla gündemimizde. Kurumların çok etkin ve hızlı ürün ve hizmet sunabileceği, rekabetçi dijital ortamları kurmak üzere deneyimlerimizi paylaşmaya hazırız.

Dijital Dönüşüm stratejilerini Kurumsal İçerik Yönetimi hedefleri ile birleştirmeli, hızlıca verim alacakları modelleri kurup uygulamalı, hem kısa vadeli hem uzun vadeli KPI’lar belirlemeli, mevcut modellerinde geri kalmamalı, ancak paralel olarak 5-10 yıllık uzun vade yatırımlar yapmalı. Genç beyinlerden, dijital dünyada ve dijital pazarlama işinde olan profesyonellerden ekipler kurmalılar.

Gartner, Mart ayında Dijitalleşen İş Modelleri Yolculuğunda, kurumların kendilerini ölçebilecekleri, dijital hedefleri tanımlayabilecekleri, Anahtar Performans Kriterlerini tanımlayan raporunu yayınladı. CDO’ların stratejik kararlarında yönlendirici olacağını düşünüyorum.”