

# TÜRKİYE'NİN SİPARİŞ FABRİKASI

## arvato

### BERTELSMANN

Supply Chain Solutions



İnternette müşteriye kapısına uzanan uçtan uca çözümleriyle e-ticaret lojistiği sektöründe dengeleri değiştiren Arvato, Türkiye'nin online sipariş fabrikası olarak hizmetlerini sürdürüyor. Her yıl hacimsel olarak %40-50 seviyelerinde bir büyüme yakaladıklarını aktaran Arvato Supply Chain Solutions Genel Müdürü Umur Özkal, "En büyük hedefimiz, müşterilerimizin değişen dijital çağa uyum sağlamalarını destekleyerek birlikte büyümek" diyor.

## **A**rvato hakkında bilgi vererek, depolama ve dağıtım kapasitenizden söz eder misiniz?

Arvato, Almanya merkezli yaklaşık 18 milyar euro cirosu ve 120 bin çalışanı olan dünya devi Bertelsmann grubuna bağlı; markalara tedarik zinciri, bilgi teknolojileri ve finansal çözümler sunan lider bir hizmet sağlayıcıdır. Arvato Supply Chain Solutions ise dünyada 85 noktada 15 binden fazla çalışanıyla toplamda 1,7 milyon metrekare alanda başta moda, kozmetik, ev, yaşam, teknoloji gibi tüketim ürünlerini kapsayan sektörler olmak üzere birçok alanda uçtan uca tedarik zinciri çözümleri sunmaktadır. Türkiye'de 2012 yılında OGLI e-Solutions Platform adı ile e-ticaret odaklı lojistik hizmet sağlayıcısı olarak faaliyete başladık ve Ekim 2014 itibarıyla bu hizmetimize Arvato Supply Chain Solutions olarak devam ediyoruz. Sektörünün önde gelen firmaları için sağladığımız katma değer

sayesinde, bu markalarla beraber büyüyecek kısa bir süre içerisinde tesis sayımızı ve iş hacimimizi artırdık. Şimdilerde de yeni açmış olduğumuz lojistik tesisimizin heyecanını yaşıyoruz. Mayıs ayında faaliyete geçen Platform L tesisimiz ile birlikte ile şu anda Tuzla lokasyonunda bulunan tesis sayımızı 6'ya çıkardık. Bugün 500 binden fazla çeşit ürün, 7 milyon adet stokla, günlük 100 bin adet online çıkış hacmini toplamda 110 bin m<sup>2</sup>'lik kapalı alana sahip 6 tesisimizde sürdürüyoruz. Sipariş fabrikalarında paketlediğimiz adet 2018 yılında 15 milyon geçti. TMS kullanarak eve dağıtımını yaptığımız online sipariş sayımız ise 2018 yılında 20 milyon desiyi aştı. Yeni işbirlikleriyle birlikte bu sayılar çok daha artacak.

## **E-ticaret firmalarına ne tür çözümler sunuyorsunuz?**

Arvato Supply Chain Solutions olarak tedarik zinciri yönetimi ve e-ticaret alanında son müşteri odaklı sektörlerle yöne-

lik çözümler sunuyoruz. Biz, birlikte çalıştığımız markaların stratejik büyüme partneriyiz. Dijital teknolojiyi kullanarak tüm dünyada depolama, sipariş hazırlama, dağıtım yönetimi ve kapsamlı katma değerli hizmetler gibi geleneksel lojistik hizmetlerin yanı sıra e-ticaret ve IT platformları, omnichannel çözümleri ve dijital dağıtım modelleri geliştirip yönetiyoruz. Amacımız müşterilerimizin işlerini geliştirmelerine yardımcı olarak markalarını büyütmelerini sağlamak ve onları hep bir sonraki adıma taşımak.

## **Teknolojik alanda nasıl bir altyapıya sahipsiniz?**

E-ticaret tüm sektörler arasında en hızlı değişeni, zaman hassasiyeti anlamında en duyarlı olanı. Neden? Çünkü tüketici olarak hepimiz bunu talep ediyoruz, çünkü buna ihtiyacımız var. Bu temel nedenden dolayı bizim insan kaynağımız da IT altyapımız ve süreçlerimiz de

süper hızlı olacak şekilde tasarlandı ve son dönemde en çok kullanılan haliyle "agile" olacak şekilde yürütülüyor. Bu bakış açısıyla, teknoloji ve AR-GE ekiplerimizle sürekli iyileştirme çalışmaları yaparak, global dünyayı yakından takip ediyoruz. Maliyeti olumlu etkileyecek noktalarda otomasyon/yarı-otomasyon uygulamalarını devreye alıyoruz. Finansal gücümüz sayesinde tüm bu yatırım için gerekli olan maddi kaynağı hızlıca sağlayabiliyor olmamız elbette bu yatırımları kolaylaştırıyor. Şu ana kadar hiçbir yatırımımız için kredi kullanmadık. E-ticarete özel kendi geliştirdiğimiz OMS+WMS+TMS'imiz sayesinde entegrasyonları çok hızlı yapabilecek altyapıyı sunmamız mümkün oluyor. Depoda bir ürünün optimum maliyet ve koşullarda nasıl depolanacağını, en hızlı ve en verimli nasıl sevk edileceğini, hangi paketleme malzemeleriyle yüksek kalitede ama düşük maliyetle ürünün tüketiciye ulaşabileceğini, son teslimatta optimum maliyet-zaman aralıklarında gitmesi gerektiğini yine bu yapılarımız sayesinde kolaylıkla yönetebiliyoruz. Özetle, özellikle omni-channel diye ifade edilen, offline, online, pazaryerleri vb. çok kanallı satışların önem kazandığı bu dönemde, markaların tedarik zinciri altyapılarını zahmetsiz bir şekilde kurabiliyoruz. Hem potansiyel müşterilerimiz hem de birlikte çalıştığımız ve e-ticaret iş hacimlerini artırmalarına destek olduğumuz müşterilerimiz ile birlikte büyümeye devam ediyoruz. Bu nedenle mevcut tesislerimizde sürekli yatırımlarımız devam ederken, yeni tesisleri de hizmete alıyoruz. Yukarıda da bahsettiğim gibi, lojistik merkezi olarak en yeni yatırımımız geçtiğimiz ay faaliyete geçen Platform L tesisimiz ve bu tesis ile birlikte lojistik merkez sayımız 6'ya ulaştı. Kısa zaman içerisinde yaşadığımız bu hızlı büyüme hem bizi gururlandırıyor hem de yeni projeler için heyecanımızı tetikliyor.

## E-İHRACATI GLOBAL GÜCÜYLE DESTEKLİYOR

### E-ticaret alanına yönelik müşteri portföyünüzden söz eder misiniz?

E-ticaretin önemini kavrayan, gelecek stratejilerinin önemli bir parçası olarak ta-



Umur Özkal

nımlayan markaların yaşadığı hızlı değişimlere yakından şahitlik ettik, heyecanı birlikte tattık. Bu nedenle büyük-küçük veya bilinen-bilinmeyen marka diye bir ayrımımız yok, desteklenince sınırsız büyüme potansiyeli olan marka var. Bu açıdan baktığımızda "hedef müşteri" tanımımız sektörde alıştığımız lojistik firmalarından oldukça farklı. Bu bakış açısıyla, müşterilerimiz arasında dünya devi birçok perakende lideri ve tanınmış markanın yanı sıra yeni kurulmuş ya da orta ölçekli işletmeler de var. Ürün kategorisi olarak da güzellik ve bakımdan moda, elektronikten mobilya ve ev aksesuarlarına, deterjan, şampuan vb. temizlik ürünlerine kadar aklınıza gelecek tüm tüketim ürünlerini özelliklerine uygun kondisyonlarda depoluyor, niteliğine uygun özel paketlemeler yapıyor, kalite kontrol, görsel kontrol, etiket değişikliği, barkodlama, mobilyalar için ambalaj sağlamlaştırma gibi tüm katma değerli hizmetleri yapıyor ve tüketicinin evine teslimine kadar takip ediyoruz. E-ihracat sektörünün son dönemde artan ihtiyacıyla paralel yerli firmalara Arvato'nun global altyapısından yararlanarak büyüme opsiyonu da sunabiliyoruz. 2018 yılında Türkiye'nin en büyük perakendecilerinden bazılarının Türkiye dışında da Rusya ve Polonya gibi ülkelerde online tedarik zinciri operasyonlarını yönetmeye başladık. Cross-border olarak gönderim yapmaya başlayan Türk

markaları için de sektörün önemli oyuncularıyla ortak anlaşmalar ve entegrasyonlar yaptık. Bu sayede tesislerimizden Sivas'a ürün göndermekle ABD'ye ürün göndermek aynı kolaylıkta gerçekleştiriliyor ve takip edilebiliyor.

### 2018 yılı Arvato açısından nasıl geçti? Türkiye'de büyüme hedefleri neler?

Arvato Supply Chain Solutions Türkiye olarak geçtiğimiz yıl beklenenin %34'ü, bir önceki yılın ise %60'ı üzerinde bir ciro ile 2018 yılını kapattık. Grubun bu anlamda başarılı birkaç ülkesinden biri olduk. Zor yıl olmasına rağmen, Türkiye'nin potansiyelini bir kez daha göstermiş olmaktan dolayı çok mutluyuz. En büyük hedefimiz, müşterilerimizin değişen dijital çağa uyum sağlamalarını destekleyerek birlikte büyümek. Çalıştığımız markaların online satış rakamlarına ve büyüme oranlarına baktığımızda gördüğümüz tablo doğru bir yolda olduğumuzun en büyük göstergesi. Ağır-lıklı olarak e-ticaret sektörüne hizmet verdiğimiz için müşterilerimiz her yıl ortalama %30-40 büyüyor, bizim de yeni müşterilerle birlikte büyümemiz yıllık ortalama %60-70 civarında. Enflasyondan arındırırsak her sene hacim olarak %40-50 seviyelerinde bir büyümeden söz ediyoruz. 2019 yılında da "Türkiye'nin online sipariş fabrikası" olma iddiamız devam edecek. Bunu sadece markalaşmış firmalar için değil, KOBİ ölçeğinde online satış yapmak isteyen ama kaygıları olan tüm firmaların süreçlerini ek ücret yükü yaratmadan kolaylaştırıp basitleştirerek devam ettireceğiz.



## ENDÜSTRİ 4.0'A YATIRIM ŞART

Arvato Supply Chain Solutions Genel Müdürü Umur Özkal, yakın gelecekte var olabilmek için tüm ülkeler gibi şirketler ve insanların da dijital çağa ayak uydurmak zorunda olduğunu söylüyor. "Yeni bir paradigma değişimi yaşanıyor" diyen Özkal, sözlerini şöyle sürdürüyor: "Bu yeni bir çağ demek. sonra hazırlanmak için de zaman olmayacak çünkü geçmiş insanlık tarihiyle kıyaslandığında değişimin hızı buna izin vermeyecek boyutta. O nedenle ülkeler, şirketler bunu Endüstri 4.0 ile yapmalı. Ülkeler insan kaynağını eğitimde yapısal

değişiklikler ile hazırlanmalı. Tüm sektör paydaşlarına ve şirketlere bu dijital dönüşümde önemli bir rol düşüyor. Hepimiz elbette en iyi yaptığımız şeyi yapmaya devam edeceğiz. Biz de birincil olarak bu sorumluluğumuzun farkında olarak, tüm altyapılarımızı tasarlarken bu bilinçle firmaları yeni dünya düzenine hazırlamaya çalışıyoruz. Bunu da en önemli kaynağımız olan çalışanlarımızı da unutmuyoruz. mavi yaka-beyaz yaka tüm çalışanlarımızı sektörde en iyileri yapacak eğitim yatırımlarından taviz vermiyoruz."