

Lidyana.com, İş Zekâsı yatırımında QlikView'i tercih etti...

Tüm dünyada ön plana çıkan e-ticaret akımına 2012 yılında merhaba diyen Lidyana.com içeriğinde bulundurduğu yerli ve yabancı gözde marka ve tasarımcıların ürünlerinin yanı sıra teknoloji dahil hemen hemen her kategoride ürün gamını bünyesinde bulunduruyor. Kurulumundan sadece 4 ay sonra aldığı yabancı yatırımlarla Türkiye e-ticaret pazarında yerini sağlamlaştıran Lidyana.com, son olarak yapmış olduğu teknoloji yatırımı ile de dikkatleri üzerine çekti. Müşterilerine daha hızlı ve kaliteli hizmet sunmak adına İş Zekası adına QlikView'i tercih eden Lidyana.com, yeni yatırımı sayesinde rakiplerine oranla bir adım öne geçmiş bulunuyor. Lidyana.com İş Zekası Analisti Gökay Ödağcıoğlu yapmış oldukları teknoloji yatırımı hakkında kazanımlarını değerlendirdi...

Gökay Bey, sizi kısaca tanıyabilir miyiz? Kurumunuz hakkında ve kurumunuzun teknoloji yaklaşımı hakkında bilgi verebilir misiniz?

Koç Üniversitesi Elektrik-Elektronik bölümünden mezun oldum. Üniversiteden mezun olduktan sonra hem mühendisliğin getirdiği analitik beceriyi kullanmak hem de son dönemde artan e-ticaret akımının da bir parçası olmak adına Lidyana.com İş Zekası departmanında analist olarak çalışmaya başladım. 1,5 senedir de Lidyana.com'da görevimi sürdürmekteyim. Lidyana.com, 2012 yılında kurucu ortağı ve CEO'su Hakan Baş tarafından hayata

LİDYANA.COM

Gökay Ödağcıoğlu
Lidyana.com İş Zekası Analisti



geçirilen yerli ve yabancı çeşitli gözde marka ve tasarımcıların ürünlerinin yer aldığı, bünyesinde giyim, ayakkabı, kozmetik, takı hatta teknoloji gibi geniş bir kategori yelpazesini barındıran sezon ürünlerinin bulunduğu moda odaklı bir e-ticaret sitesidir. Lidyana.com'u online bir AVM olarak da düşünebilirsiniz. Çok yatırımcılı bir yapı ile kurulan Lidyana.com, kurulduktan yaklaşık 4 ay sonra Runet'den yatırım aldı. 2013'ün son çeyreğinde de Alman Burda Grup'tan yatırım alarak Türkiye e-ticaret pazarında sağlam bir yer edindi.

E-ticaret son zamanlarda hem Türkiye'de hem de dünyada agresif şekilde büyüyen bir sektör. Tabii ki, sektörel büyümeler teknolojik gelişmelere paralel olarak şekilleniyor. Teknolojinin gittiği yönde doğal olarak talep hem de arz artıyor. Lidyana.com olarak biz de bu talebi karşılamak için adımlar atmaya çalışıyoruz. İlk olarak yaptığımız şey tüketiciye daha kolay bir şekilde, fiziki bir mağazada bulabileceğinden daha fazla ürün seçeneğini bir arada sunmak. Tüketici, fiziki mağazada tek seferde arayıp bulamadığı şeyleri Lidyana.com'da çok daha kolay bulabilmekte ve kendi ihtiyacı ve talebi doğrultusunda ürünleri filtreleyerek daha kolay bir şekilde alışveriş yapabilmektedir. Tabii ki son 5 senedir artan akıllı telefon trendi ile birlikte artık müşteri alışverişini telefonundan da yapmak ister hale geldi. Bu nedenle biz de bu talebi karşılamak adına mobil platformlarda çıkardığımız uygulamalarla müşterinin aradığı ürüne en kolay ve hızlı şekilde ulaşması için çabalıyoruz.

İş Zekası çözümleri kurumunuz bünyesinde nasıl bir yere sahip, neden bir iş zekası aracına ihtiyaç duyuldu? İş zekası çözümleriyle ilgili beklentileriniz nelerdi?

Şu an iş zekası Lidyana'nın tüm departmanlarını birbirine bağlayan ve stratejik kararların merkezini oluşturan anahtar noktası diyebiliriz. En önemli avantajlarından biri her departmanın kendi analizlerini takip edebiliyor olması. Pazarlama departmanı, satın alma departmanı, finans departmanı hepsi kendi KPI'larını kullanıp çeşitli analizler yaparak süreçlerini sayısal tabana dayandırabiliyor. Bunun da kurum genelinde daha doğru ve kesin kararlar alınmasına yardımcı olduğunu söyleyebiliriz. Bu saydığım maddelerin en büyük ortak özelliği de verimlilikte sağladığı radikal artış. Türkiye'de e-ticaret sektöründeki rekabet çok fazla. Bu tip rekabet ortamlarında yaptığımız en küçük bilinçli hareketin bile getirisi çok fazla olabiliyor. E-ticaretin en büyük getirilerinden birisi de esnek ve yüksek hacimli veri toplayabilmesi. Müşteri, siteyi ziyaretinin başlangıcından sonuna kadar birçok yerde iz bırakır. Bu da çok fazla karışık veri kümelerinin ortaya çıkmasına neden olur. Veri analizleri de tam olarak burada devreye giriyor. Bizim için standart çözümlerle ilerlemektense iş zekası çözümleri kullanmak daha faydalı olacaktır. Hem bu söylediğim nedenden hem de Lidyana'nın agresif bir şekilde büyümesi nedeniyle daha profesyonel

ve verimli çalışabilmemizi sağlayacak çözümlere ihtiyaç duymaya başladık. İş zekası çözümlerini düşünmeye başladıktan sonra asıl beklentimiz, yaptığımız analizlerin öncelikle çok fazla zaman harcamadan bizi sonuca ulaştırmasıydı. Tabii buna ek olarak Lidyana.com'un hızlı büyümesi dolayısıyla her departmanın kendi verilerini sürekli izleyebilmesi ve standart raporlamalara bağlı kalmadan hızlı kararlar alabilmesi, bizim için öncelikli konulardı. Ek olarak yaptığımız analizleri bir bütün halinde görme ihtiyacı da doğmaya başlamıştı. Tek boyutlu analizler yapmak yerine bir analizi birden fazla boyutta inceleyebilme gereksinimiz vardı. Planladığımız iş zekası çözümünün bunlarla örtüşmesi gerekiyordu nitekim de örtüştü.

QlikView ile çalışma kararını nasıl verdiniz? Yapılan işbirliği size neler kattı? Yapılan işbirliğinden önceki süreç ile işbirliği sonrası süreci değerlendirir misiniz? Ne gibi faydalar sağladınız?

Teknoloji ile bu kadar yakın ve paralel bir iş yürütüyorsanız ona uyum sağlamak bir ihtiyaç haline geliyor. Özellikle rekabetin arttığı ve piyasa şartlarının çok daha fazla değişken olduğu bir süreçte kurumların ayakta kalabilmesi ve sürdürülebilir başarılar elde edebilmesi için etkin raporlama ortamına ihtiyaçları var.

Bizde e-ticaret'in getirisi olan verileri verimli kullanarak yorumlayamazsak bir adım geriden yürümek zorunda kalacaktık. Tüm bu etkenler sonucunda veriyi hızlı ve anlık analiz etmeye olanak sağlayan iş zekası araçlarını araştırmaya başladık. Piyasada bu konuda kullanabileceğimiz çeşitli araçlar mevcut. Hepsinin arasından bizim için en uygun olanı bulmak açıkçası zaman aldı. Günün sonunda bu araçlardan "In-Memory" olarak çalışan hem hızlı uygulama geliştirmeye olanak sağlayan hem de referanslarından dolayı "QlikView" ile çalışmaya karar verdik.

Hızla büyüyen ve değişen şirket yapısı departmanların ihtiyacı olan verilerin de zamanla çeşitlenmesine neden oldu. Böyle durumlarda bilgi işlem departmanından ihtiyaca uygun bir rapor hazırlaması



isteniyordu. Tabii bu süreçte bilgi işlem departmanın baştan rapor oluşturmaya ve talepte bulunan departmanın da ihtiyacı olan raporu tam olarak bilgi işlem birimine iletmesi önem teşkil ediyordu. Maalesef hazırlanan rapor statik bir rapordan bir adım öteye geçmesi mümkün olmuyordu. Bu da ilgili birimlerin çok fazla zamanını alıyor ve hızlı aksiyona geçilmesinin yolunda engel oluştuyordu.

QlikView Türkiye ile gerçekleştirdiğimiz iş birliğinden sonra bu bağlamda Qlikview'un bize faydası özellikle zaman ve verimlilik konularında oldu. Şu an istenen raporların hazırlanma süresi radikal bir şekilde düştü ve raporların hazırlanması için harcanan efor da neredeyse yarı yarıya azaldı. Qlikview'un bize diğer bir getirisi ise verilerimizi bir bütün halinde görebilmemiz oldu. Şu an birçok alandaki veriyi bir diğeriyle eşleyip ona göre kararlar alabiliyoruz. Yaptığımız analizler en detaydan bütüne kadar her seviyede kolayca yapılabiliyor. Satış, stok, müşteri segmentasyonu, demografik analizler gibi farklı kısımların analizleri tek bir ekranda incelenebilmekte. Bunun dışında her departmanın kendi istediği şekilde dashboardlar ve rapor sayfaları hazırlanarak, kendi verilerini gün gün yakından takip edebilmesi sağlandı. Bu da şirketin çabuk karar alabilme, sebep-sonuç ilişkilerini araştırıp, atak hareket edebilmesine olanak sağladı. Artık raporları hazırlamaya harcadığımız

QlikView Türkiye

vakti daha önemli işlere ayırabilir hale geldiğimizi rahatlıkla söyleyebiliriz. Her departmanın kendi sorumlu olduğu verileri inceleyebilmesi kurum genelinde verimliliğimizi büyük ölçüde artırdı.

QlikView Türkiye ile nasıl bir sinerji oluşturduunuz, proje uygulama aşamasındaki deneyimlerinizden bahsedebilir misiniz?

Aslında projenin başındaki beklentimiz kafamızdaki analizlerin yapılarak, kullanılabilir hale gelebilmesi üzerineydi. Öncelikli olarak satış KPI'larının hazırlanması için bir plan ve kurgu gerçekleştirildi. Daha sonrada pazarlama departmanı için üst seviyede analizler eklendi. Arkasından operasyonel KPI'lar da entegre ettikten sonra dashboard'ların tasarımları ve geliştirilmesi tamamlandı. Zamanla geldiğimiz noktaya baktığımızda hem bize yardımcı olan danışmanın tecrübesi hem de projenin hızlı ilerlemesi dolayısıyla ilk başta düşündüğümüzün çok ama çok üstündeydi. Qlikview Türkiye'nin de sorularımıza hızlıca dönüş yapması ve danışman arkadaşında özverili bir şekilde bizimle beraber çalışması ile çok başarılı bir iş zekası projesini kısa sürede hayata geçirdik.

Bir cümle ile özetlemenizi istesek, QlikView'un kurumunuz ve günlük işlerinize katkısını nasıl ifade edersiniz?

Ürün kırılımından kategori bütününe, satış analizlerinden stok ve müşteri analizlerine kadar geniş bir yelpazede analiz yapabiliyor olmamız, bunun yanında farklı kanallardan gelen bilgiyi bize bir bütün halinde gösterebilen yüksek performanslı yapısı ile QlikView klasik raporlara sıkışmadan veri üzerinde farklı bakış açıları ile analiz imkânı sunarak bizi dinamik bir yapıya ulaştırdı. Ayrıca zengin görselliği ve kullanım kolaylığı son kullanıcılar tarafından çok çabuk benimsenmesini ve kurum genelinde hızlı bir yayılım göstermesini sağladı.