

## Yemek siparişinde hız ve zeka buluştu

Yemeksepeti, iş zekası çözümlerinde QlikView ile birçok başlıkta analiz hızını artırırken, böylece zaman ve maliyet avantajını biraraya getirdi..



**Nedim Nahmias**, COO, Yemek Sepeti

2001 yılında kurulan, Türkiye'nin ilk ve en büyük online yemek sipariş sitesi olan Yemeksepeti, halen 62 il ve Kıbrıs'ta 2 bine yakın üye restoran ve 3,5 milyondan fazla kayıtlı kullanıcıya sahip. Günde alınan ortalama 95 bin siparişle yaklaşık 220 bin kişiye hizmet sunan Yemeksepeti'nin yurt dışı markası Foodonlick.com ise 2 binden fazla restoranla Birleşik Arap Emirlikleri, Katar, Umman, Suudi Arabistan ve Lübnan'da hizmet veriyor. Yemeksepeti, online yemek siparişinde Yunanistan'ın pazar lideri Clickdelivery.gr ve Ürdün pazar lideri ifood.jo'ya yaptığı yatırımla, servis verdiği ülke sayısını da 8'e yükseltti.

### Çevik, hızlı ve dinamik çözüm QlikView'da

İnternet ve temelde e-ticaret alanında faaliyet gösteren bir şirket olarak teknolojik gelişmeleri ve yeni ürünleri yakından takip ettiklerini, bu anlamda birçok denemeler yaptıklarını vurgulayan Yemeksepeti COO'su Nedim Nahmias, bu paralelde iş zekası altyapısını ise en çok yatırım yaptıkları alanlardan biri olarak gösteriyor. Ayrıca raporlama ve veri ambarı alanında da birçok ürünü kullandıklarını değinen Nahmias, Klasik raporlama ve dashboard uygulamaları insanların kafasında oluşan

soruları cevaplamakta hem hız hem sürdürülebilirlik anlamında yetersiz kalabiliyor. Bu da, tüm verinin entegre edildiği, herhangi bir çalışanın daha önce hiç alınmamış bir raporu bile kolayca alabileceği bir platform ihtiyacını beraberinde getiriyor. Özellikle derin analizler isteyen yeni projeler üzerinde çalışırken bu cevapsız sorular, şirkete zaman kaybı ve maliyet olarak geri dönebiliyor. Mevcut projeler içinse görselleştirme anlamında, proje sorumlularının isteği doğrultusunda hazırlanabilecek, kişiselleştirmeye açık bir yapı ihtiyacı Yemeksepeti'nde ön plana çıktı. İlk bakışta basit bir ihtiyaç gibi gözükse de, uygulamada harcanacak zamanı azaltmak için doğru ürünün seçilmemesi halinde, tüm projenin yavaşlaması riski gündeme gelebilirdi. Veri hacminin sürekli artması, kullanıcıların analiz ihtiyaçlarının genişlemesi, mevcut raporların sorgu sürelerinin yavaş olması sonucunda da Yemeksepeti, çevik, hızlı ve dinamik bir ürün arayışına girdi. Bu net ihtiyaç ışığında Nahmias, QlikView ile çalışma kararlarının nasıl alındığını, bu çözümlerin nasıl öne çıktığını söyle anlatıyor:

### Reklam bütçesi en verimli biçimde kullanıldı

"QlikView, planladığımız raporlama ve analiz yapısını en kolay kurgulayabileceğimiz ürün oldu. Hızlı entegrasyonu ve kısa hesaplama süreleri ile karar aşamasında diğer ihtimallerin arasında sıyrıldı. Veri ambarı sürecine ihtiyaç olmadan, kolayca entegre edilebilir olması, kendi depolama yapısı ve veriyi bu yapıdan çok hızlı okuması ekibimize zaman kazandırdı.

### Çözüm Özeti

#### Yemeksepeti.com

Yemeksepeti.com, Türkiye ve 8 farklı ülkede hizmet veren çevrimiçi yemek sipariş sitesidir. 2001 yılı içerisinde faaliyete geçmiş olan yemeksepeti.com ülkemizdeki paket servis anlayışına çok verimli ve hızlı bir alternatif getirmeyi hedeflemektedir.

#### Sektör: Hizmet

**Kullanılan Departmanlar:** Pazarlama, İş Geliştirme, Satış, Finans / Muhasebe, Operasyon

#### Ülke: Türkiye

#### Gereksinim:

- Artan veri hacmine bağlı olarak çoğalan kullanıcı analiz ihtiyaçları
- Mevcut raporların, sorgu sürelerinin yavaş olması
- Yüksek hacimli verilerin sorgulanmasının daha kısa sürede yapılma ihtiyacı
- Çevik, hızlı ve dinamik bir ürün ihtiyacı

#### Veri Kaynakları:

Uygulamalar: MS Dynamics CRM

Database: MS SQL Server

DW/BI: MS SSIS

Hardware: IBM X3850 X5



QlikView entegrasyonundan sonra azalan talepler ile kazandığımız zaman, bize veri ambarımızı tasarlama ve çalışır hale getirme fırsatı verdi.

Bu çözümün PC ve tablet üzerinden her türlü tarayıcıda çalışması ise saha ekibimizin tabletleriyle tüm raporlara rahatça ulaşmasını sağladı. Her an ulaşabildiğimiz raporlarla restoranlarla yaptığımız görüşmeler de daha verimli hale geldi. Ayrıca, televizyon reklamımızın yayınlandığı dönemde gelen kullanıcıları medya planlamamız doğrultusunda segmente ederek, gerçek zamanlı takip ettik. Bu sayede hangi kanal ve program ile saat diliminin bizim kullanıcı kitlemize daha çok hitap ettiğini tespit ederek, sonraki haftalardaki medya planlamasını bu analizlerle belirledik. En doğru zamanda reklamı göstererek, bütçemizi en verimli şekilde kullandık.”

## Birçok başlıkta tam verim elde edildi

“Özellikle performans optimizasyonu ve kilit tavsiyeler konusunda QlikView danışmaları ile görüşerek bolca fikir alışverişi yaptık” diyen Nedim Nahmias, eklemeyen geçmiyor: “Yaptığımız ve yapacağımız projeler ile ilgili ‘ürünü en verimli nasıl kullanabiliriz? Sorusunun yanı sıra lisans modelleri, sunucu gereksinimleri, versiyon yükseltme gibi konularda destek taleplerimize her seferinde hızlı geri dönüşler aldık.” Yapılan işbirliği ile QlikView çözümlerinin raporlama ve analiz süreçlerinin yapısını değiştirdiğinin altını çizen Nahmias, bu değişimi şu sözlerle özetliyor: “Eskiden raporu talep eden ile raporu hazırlayacak kişi arasında geçen süreç, şimdi raporu talep eden ile QlikView arasında gerçekleşiyor. Böylece başta insan kaynağı olmak üzere birçok alanda verimli çalışıyoruz.”

