



T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI

ÖZYEGİN
ÜNİVERSİTESİ



KALKINMA AJANSLARI
COVID-19 İLE MÜCADELE
VE DAYANIKLILIK PROGRAMI



Kurum & Girişim İş Birlikleri Raporu



"İşbirliği 4.0 Platformu Projesi "

< TR10/20/COVID/0672>

2020 Yılı COVID-19 ile Mücadele ve Dayanıklılık Programı kapsamında

T.C. İstanbul Kalkınma Ajansı tarafından sağlanan mali destek ile yürütülmektedir.

isbirligi40.com

iletisim@isbirligi40.com

İŞ BİRLİĞİ 4.0 PLATFORMU PROJE KOORDİNATÖRÜ MESAJI

Merve ÇAVDAR ÇETİN



Değerli Okuyucular,

Kurum & girişim iş birlikleri inovasyonu tetiklemenin araçlarından biridir. Geliştirilen iş birlikleri her iki taraf için fayda sağlar. Kurumlar için yeni pazarlara girme, mevcut pazarlar için rekabet avantajı sağlama, yeni müşteriye ulaşma, yeni ürün geliştirmeye yardımcı olabileceği gibi girişimler için de hizmet ve ürünlerini geliştirme, ölçeklenmelerini sağlama gibi faydaları olduğu örnek iş birliklerinde görülmektedir.

Başarılı bir iş birliği, her bir tarafın diğerinin çıkarlarını, beklentilerini, motivasyonunu, kültürünü ve çalışma yetkisini öğrenmesi ile ilişkilidir ve bu iş birliğinin başarı ile gerçekleştirilmesi rol ve sorumlulukları açıkça tanımlanan iki tarafın gayretine bağlıdır.

Bu rapor Türkiye Girişim Ekosistemi hakkında bilgi vermek, iş birliği yaklaşımını kurum ve girişim gözünden değerlendirmek ve bakış açılarını anlamak, başarılı iş birliklerini vaka olarak paylaşmak ve iş birliklerinin dönüştürücü gücünü göstermek ve iş birliği yol haritası sunmak için hazırlanmıştır.

Raporun hazırlanmasında değerli katkılarını esirgemeyen Türkiye İş Bankası'na ve Birleşik Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.'ye, Borusan EnBW Enerji'ye, Tarentum AI'ya, Anadolu Efes'e ve Pubinno'ya, TOFAŞ Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.'ye ve B2Metric'e, Albaraka Türk Katılım Bankası'na ve Inooster'a çok teşekkür ederiz. Ayrıca Özyeğin Üniversitesi Kurum içi Girişimci İhsan Elgin'e projeye olan katkılarından dolayı çok teşekkür ederiz.

Keyifle okumanız dileğiyle...

2	Giriş
6	Kurum & Girişim İş Birliği Yaklaşımı
7	Girişimlerle İş Birliği Yapma
10	Girişimlerin Gözünden Kurumlar
12	Girişimler Kurumları Nasıl Görüyor
14	Girişimcilik Ekosisteminde Kurumların Yaklaşımı
15	Kurumların Yatırımcı Olma İştahı
16	Kurumların Satın Alma İştahı
17	Kurumların Kurduğu Hızlandırma Programları
18	Kurumların Girişimlere Sunduğu Diğer Hizmetler: Platformlar
20	Başarılı Örnekler
22	Türkiye İş Bankası Ş Birleşik Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.
24	Borusan EnBW Enerji Ş Tarentum AI
25	Anadolu Efes Ş Pubinno
27	Albaraka Türk Katılım Bankası Ş Inooster
29	Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş. Ş B2Metric
31	Startup Dostu Şirketler
34	İş Birliği Yol Haritası: Kurumlara Tavsiyeler
38	Girişimlere Tavsiyeler
41	Sonuç

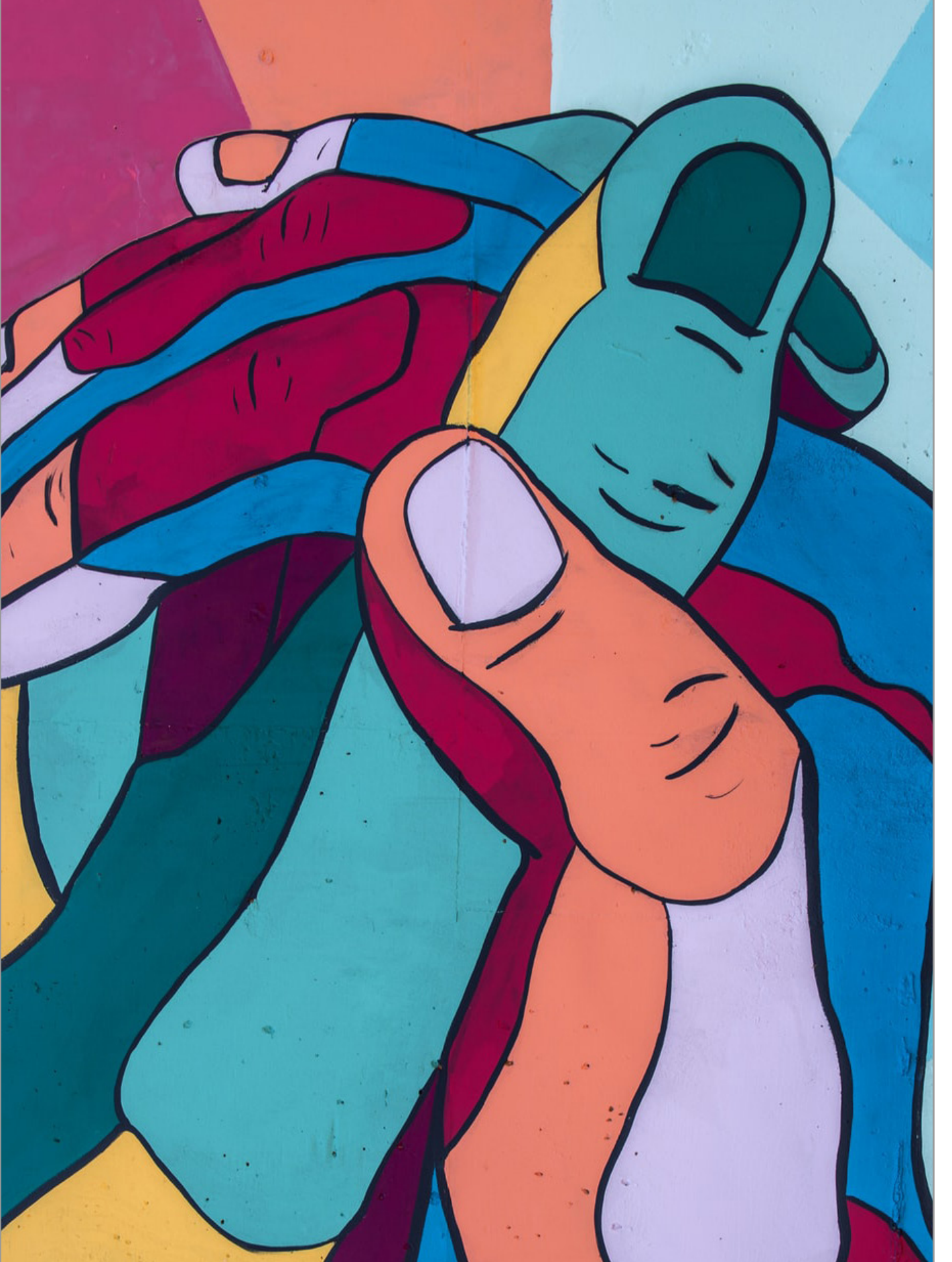
İçindekiler



İş Birliği 4.0

Bu doküman, İstanbul Kalkınma Ajansı tarafından 2020 yılın Covid-19 ile Mücadele ve Dayanıklılık Programı kapsamında desteklenen İş Birliği 4.0 Platformu kapsamında hazırlanmıştır.

İçerik ile ilgili sorumluluk Özyeğin Üniversitesi'ne ait olup İSTKA veya Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın görüşlerini yansıtmamaktadır.





Kurum & Girişim İş Birliği Yaklaşımı

Kurum ve girişim iş birliklerinde her iki tarafın da bakış açısının anlaşılması amacıyla bir anket çalışması yapılmıştır. Araştırmada iş birliği yapmanın önemi, yaşanan tecrübe, gerçekleştirilen iş birliği türleri, iş birliği amacı, süreçte karşılaşılan zorluklar hakkında sorular sorularak hem kurum hem de girişimlerden cevap toplanmıştır. Araştırmaya Türkiye'nin önde gelen ve genellikle girişimlerle iş birliğini deneyimleyen 25 kurum ve toplamda 170 girişim katılmıştır.

25

KURUM

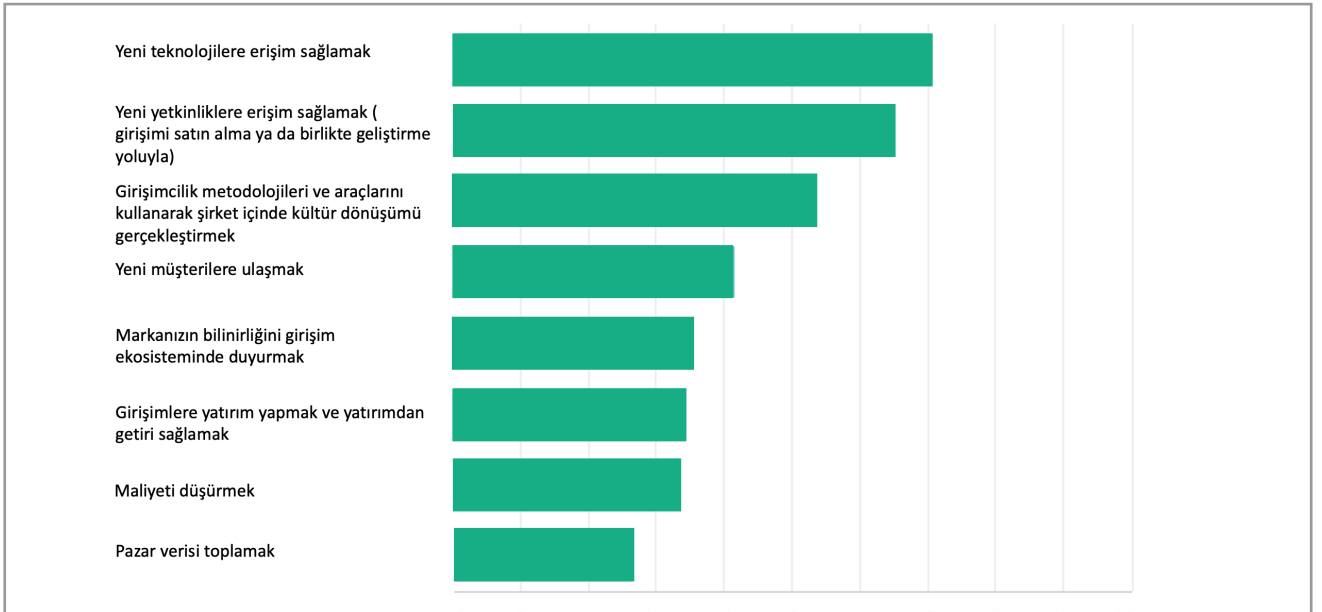
170

GİRİŞİMCİ

GİRİŞİMLERLE İŞ BİRLİĞİ YAPMA

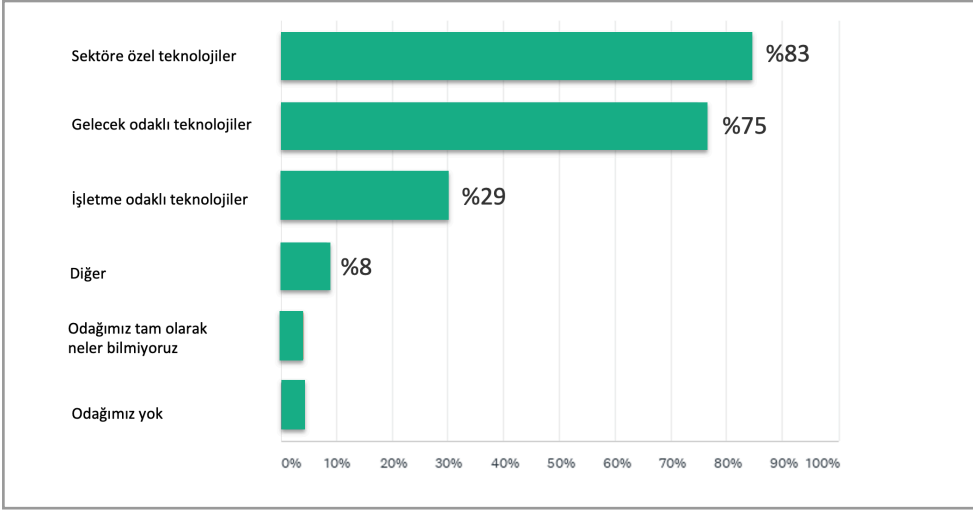
Araştırmaya katılan kurumların büyük bir çoğunluğu girişimlerle iş birliği sürecini deneyimlemiş şirketlerden oluşmaktadır. Bu nedenle girişimlerle iş birliği yapmak kurumlar için %54 çok önemli, %46 önemli olduğu sonucu elde edilmiştir. Girişimlerle iş birliği yapmanın öneminin farkında olan kurumlar için iş birliği amacı sorulduğunda "yeni teknolojilere erişim sağlamak", "girişimi satın alma veya birlikte geliştirme yoluyla yeni yetkinliklere erişim sağlamak" ve "girişimcilik metodolojileri ve araçlarını kullanarak şirket içinde kültür dönüşümü gerçekleştirmek" ön plana çıkmaktadır. Girişimlerle iş birliği motivasyonun ardında şirket içinde var olmayan veya güçlendirmek istenen yetkinliklere göre iş birliği gerçekleştirildiği söylemek mümkündür.

"Girişimlerin şirketimize katkı sağlayacak yenilikçi fikirleri var, ancak iş birliğini nasıl yöneteceğimizi bilmiyoruz" sorusuna araştırmaya katılan kurumların %54'ü "kesinlikle katılmıyorum" ve "katılmıyorum" cevabı verirken yaklaşık %21'i "kesinlikle katılıyorum" ve "katılıyorum" cevabı vermiştir. Girişimlerle iş birliğinin öneminin farkında olan kurumlar iş birliği sürecini yürütmektedirler ancak genel anlamda her kurumun takip ettiği belirli bir süreç akışı olduğunu söylemek mümkün değildir.



GRAFİK 1 - KURUMLARIN GİRİŞİMLERLE İŞ BİRLİĞİ YAPMA AMACI

Araştırmaya katılan kurumlar arasında girişimlerle gerçekleştirilen iş birliğinde en çok tercih edilen/gerçekleştirilen iş birliği türlerinde %87'si müşterisi olma, %83'ü ortak ürün/hizmet geliştirme ve %48'i yatırım yapma cevabı vermiştir. Kurumlar genellikle girişimde olan bir yetkinliğe erişmek için girişimin müşterisi olurken fikri mülkiyet hakları, fiziksel, finansal ve insan kaynağı gibi kritik kaynaklara sahip girişimlerle ortak ürün/hizmet geliştirmek kurumun yetkinliklerinin artmasını sağlamaktadır.



%83

SEKTÖRE ÖZEL
TEKNOLOJİLERE
ERİŞMEK

GRAFİK-2 GİRİŞİMLERLE İŞ BİRLİĞİ ODAĞI

Girişimlerle iş birliği gerçekleştiren kurumlar odağını sektöre özel teknolojilere erişmek (%83) ve gelecek odaklı teknolojilere erişim (%75) olarak yanıtlamıştır. Bu sonuçlar girişimlerin sahip olduğu teknolojilere erişim sağlamanın girişimlerle iş birliğinde en önemli motivasyonlardan biri olarak ortaya çıkmaktadır.

“

“İş birliği için
gerekli zaman
ve kaynakların
ayrılmaması”

“İş birimlerinden
yeterli destek
verilmemesi”

“Yeterli
olgunlukta girişim
bulamamak”



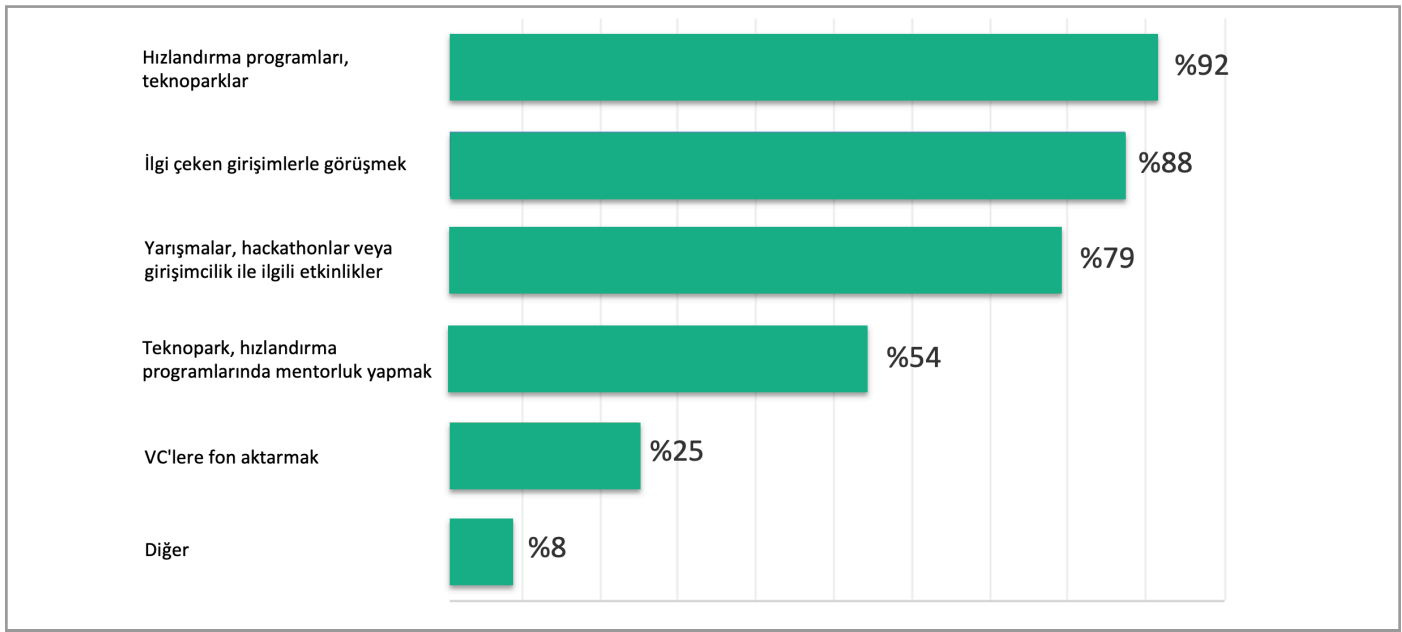
GRAFİK-3 GİRİŞİMLERLE İŞ BİRLİĞİNDE KARŞILAŞILAN SORUNLAR

Girişimlerle iş birliğinde yaşanan problemlerin kurumlar tarafından listelenmesi istenildiğinde birden fazla problem ortaya çıkmaktadır. “İş birliği için gerekli zaman ve kaynakların ayrılmaması”, “İş birimlerinden süreçte yeterli destek verilmemesi” “kurum için yeterli olgunlukta girişim bulamamak” ve kurum içindeki “bürokratik süreçlerin uzun sürmesi” en önemli sorunlar olarak belirtilmiştir.

Girişimlerle iş birliği gerçekleştirmek için kurumların etkileşime geçtiği pek çok farklı kanal bulunmaktadır. Kurumlar iş birliği için çeşitli mekanizmaları hayata geçirerek veya dış paydaşlar ile iş birliği yaparak girişimlere ulaşmaktadırlar. Hızlandırma programları ve teknoparklar girişimlere ulaşmak için gerekli kanallarda %92 ile ilk sırada gelirken kurumların ihtiyaçlarına göre bir girişimle iletişime geçmesi de oldukça yaygın bir yöntemdir (%88). Ayrıca düzenlenen yarışmalar ve hackathonlar girişimlere ulaşmada önemli mekanizmalar olarak karşımıza çıkmaktadır (%79). Kurumdan belirli kişilerin mentorluk yapması girişimlere ulaşmada önemli yöntemlerden biri olabilmektedir (%54). VC'lere fon aktararak girişimlere ulaşmak (%25), "scouting hizmeti veren kuruluşlarla çalışmak, yatırımcı ağları" ve "dijital mecraları takip etmek" (%8) girişimlerle etkileşime geçmek için kullanılan diğer yöntemlerdir.

%92

HIZLANDIRMA
PROGRAMLARI
TEKNOPARKLAR



GRAFİK-4 GİRİŞİMLERLE ETKİLEŞİM KANALLARI



SONUÇ

Deneyimli kurumlar iş birliklerinin kuruma olan katkılarının farkında olarak yeni iş birlikleri geliştirmenin önemini bilmektedir. Kurumlar için iş birliğinde ana odak kurumun ihtiyacı olan teknoloji ve yetkinliklere ulaşmasını sağlamaktır. İş birliği deneyimi olan kurumlar olsa da henüz çok yaygın olmamakla birlikte geliştirilen iş birliklerinde ortak bir sürecin varlığından bahsetmek mümkün değildir. Kurumlarda iş birliği süreçleri yeterli zaman ve kaynak olmaması ve iş birimlerinden yeterli destek verilmemesi nedeniyle sekteye uğramaktadır. İş birliklerinde odağı belirlemek, girişimden beklentiği net tanımlamak ve geliştirilecek iş birliği türüne karar vermek ve süreç için gerekli kaynak ve desteği sağlamak iş birliğinde daha sistematik ilerlenmesini kolaylaştıracak ve her iki tarafın yararına sonuçlar doğurmasını sağlayacaktır.



Girişimciler Gözünden Kurumlar



Serkan ÜNSAL

GİRİŞ

Girişimlerin son on yılda bir çok inovasyona ön ayak olması, özellikle halka arz olan büyük kurumların oyun alanlarının kısıtlı olması, çok büyük yıkıcı inovasyonlara çok büyük riskler alıp yatırımcılarını tedirgin etmemek için öncülük etmemesi, büyük firmaların inovasyon konusunda AR&GE dışına çıkmayı bilmemesi gibi sebeplerle girişimler inovasyon konusunda öne çıkmış, bu da kurumların bir çok açıdan girişimlerle farklı açıdan etkileşime geçmesini sağlamıştır. Kurumlar hem girişimlerin ürünlerini kullanması için teşvik edilmiş, hem kurumsal girişim sermayesi kurmaları için teşvik edilmiş, hem de girişimleri satın almaları için teşvik edilmiştir.

Tüm teşvik ve motivasyonlara rağmen kurumların bu konularda tecrübesiz olması bir çok aksaklığa neden olmuştur. Bu nedenle girişimcilerin gözünden kurumların nerelerde kendini geliştirmesi gerektiği, kurumların ne tip aksiyonlar aldığı önem kazanmıştır.

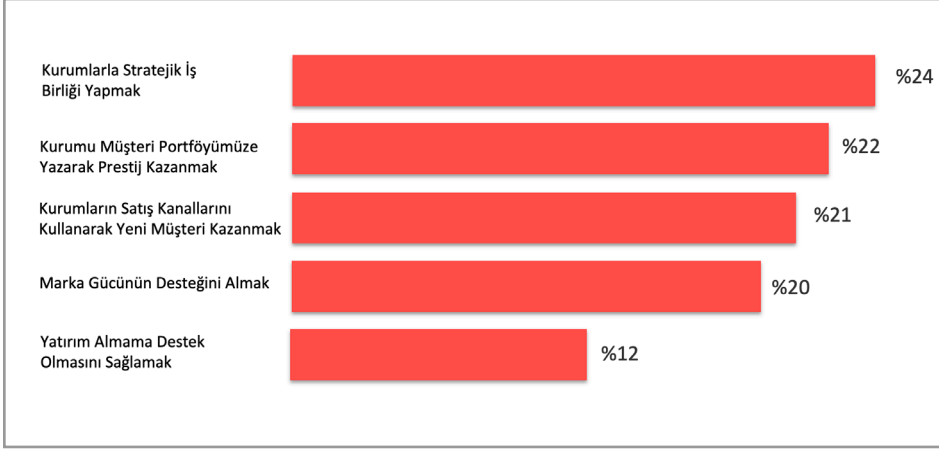


GİRİŞİMLER KURUMLARI NASIL GÖRÜYOR?

“

“Kurumlarla stratejik iş birliği yapmak”

“Kurumu müşteri portföyüne yazarak prestij kazanmak”



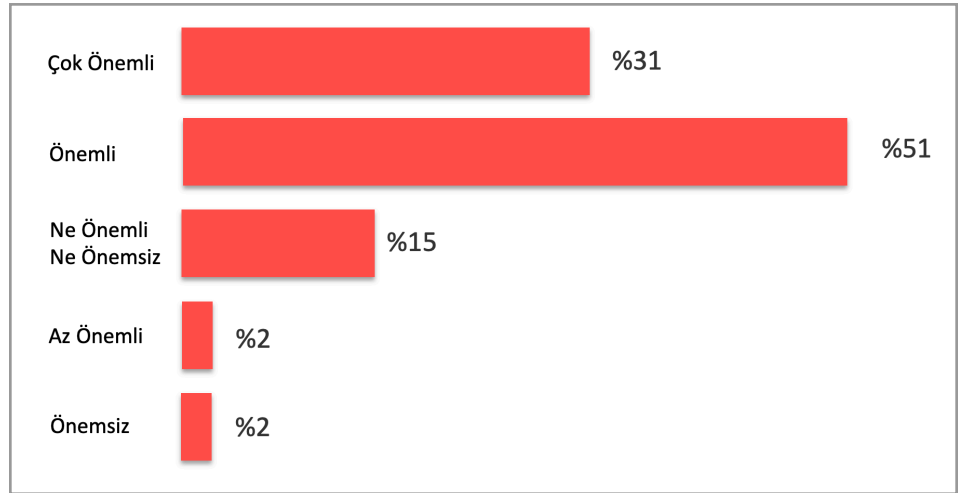
GRAFİK-5 GİRİŞİMLERİN BÜYÜK KURUMLARLA İŞ YAPMA MOTİVASYONU

170 girişimci ile yapılan anket sonucu girişimlerin büyük kurumlarla iş yapmasındaki en büyük nedenler stratejik iş birliği yapmak ve kurumu müşteri portföyüne yazarak prestij kazanmak olarak çıkmaktadır.

Girişimler bu sayede ürünlerini başka firmalara daha kolay satacağını öngörmektedir.

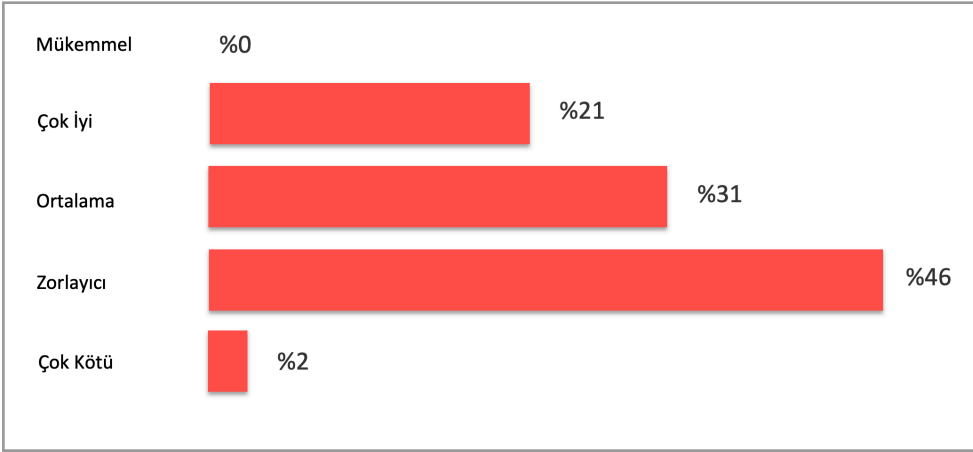
%82

KURUMLARLA İŞ
BİRLİĞİ YAPMAK
ÇOK ÖNEMLİ VEYA
ÖNEMLİ



GRAFİK-6 GİRİŞİMLERİN BÜYÜK KURUMLARLA İŞ YAPMASI NE KADAR ÖNEMLİ ?

Aynı ankette girişimlere büyük kurumlarla çalışmak sizin için ne kadar önemli diye sorulduğunda katılanların %82'si önemli veya çok önemli bulmuştur. Bu aynı zamanda girişim ekosisteminin gelişmesine destek olmak isteyenlere bir ipucu niteliğindedir. Girişimlerin ürünlerini kullanmak, onlara şans vermek girişimciler için önemlidir.



BÜYÜK
KURUMLARDA
YAŞADIĞI
TECRÜBEYE
MÜKEMMEL DİYEN
GİRİŞİM YOK

GRAFİK-7 GİRİŞİMLERİN BÜYÜK KURUMLARLA YAŞADIĞI TECRÜBE NASIL?

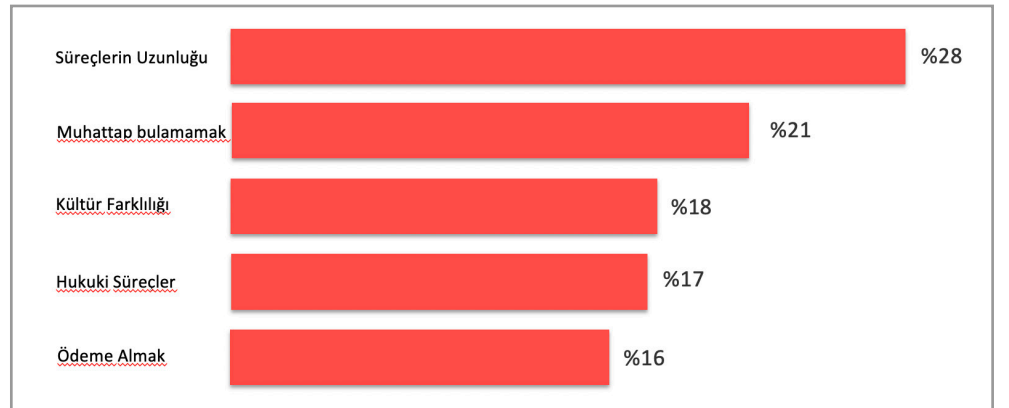
Kurumların girişimlerle çalışırken geliştirmesi gereken noktalar bulunmaktadır. Bir kurumun 20-25 yıllık 200 çalışanı olan bir tedarikçisine yaklaşımı ile, bir yıllık üç çalışanı olan bir girişimciye yaklaşımı farklı olmalıdır. Girişimciye yaklaşırken daha yapıcı, daha yön gösterici olmalılardır. Bunun başlıca sebebi ankette girişimcilere sorulan "Kurumlarla yaşadığınız tecrübe nasıl ?" sorusuna cevap verenlerin %79'si yaşadığı tecrübeyi ortalama ve altı bulmaktadır. Çok iyi diyenlerin oranı sadece %21'dir.

“

“Girişimcileri büyük kurumlarla çalışırken en çok süreçlerin uzunluğu ve muhatap bulamamak zorluyor ”

%28

SÜREÇLERİN
UZUNLUĞU

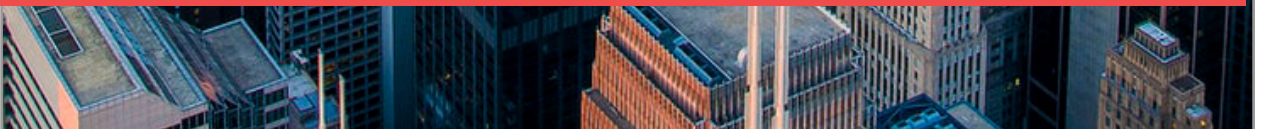


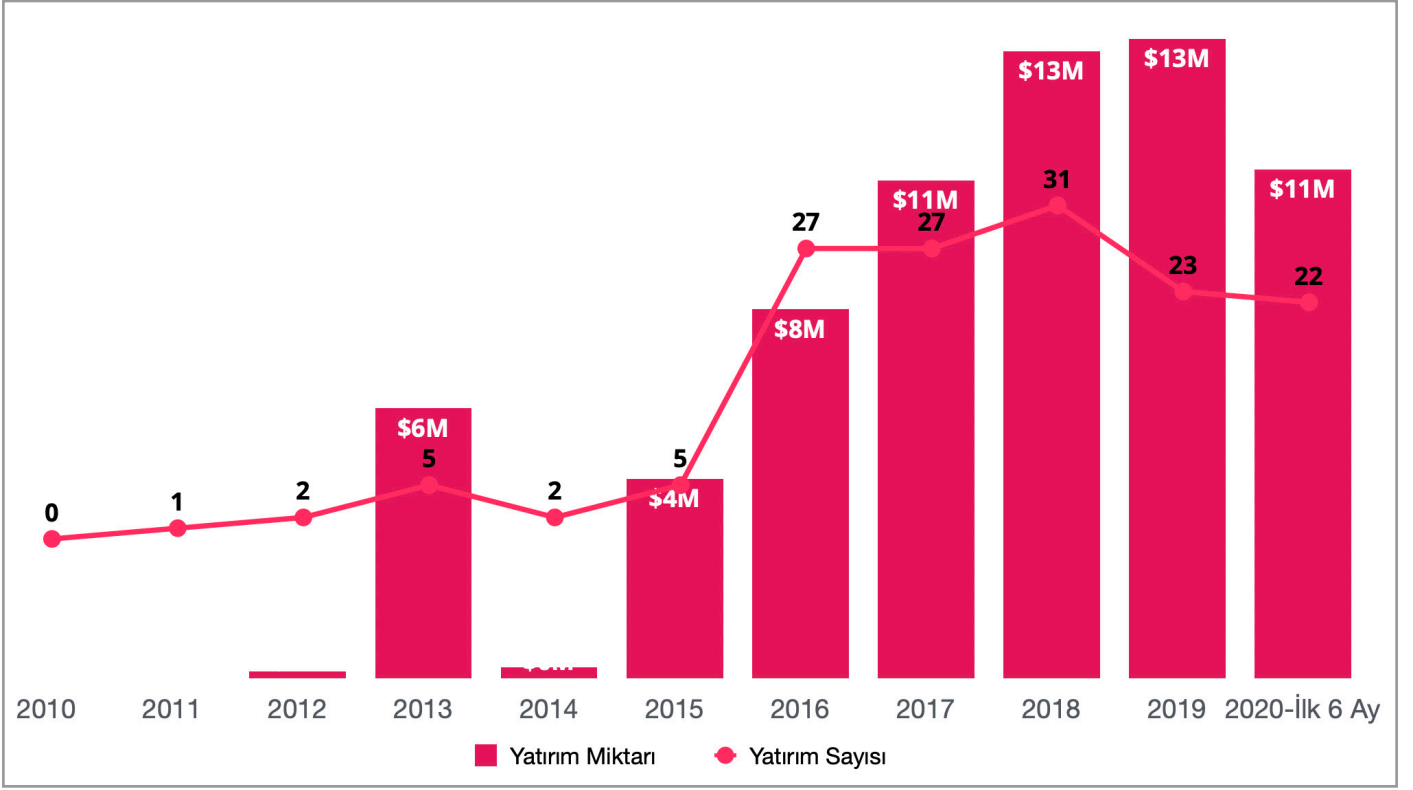
GRAFİK-8 GİRİŞİMLERİN BÜYÜK KURUMLARLA ÇALIŞIRKEN ZORLANDIĞI KONULAR NELER ?

Kurumlar hangi alanlarda girişimcilerle çalışırken kendini geliştirmeli diye baktığımızda süreçlerin uzunluğu ve muhatap bulamamak en büyük geliştirilmesi gereken alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Tedarikçi olarak tanımlama, karar alma, karar almak için yapılan toplantılar, onay süreçleri kurumların girişimcilerle çalışırken tekrar gözden geçirmesi gereken alanlardır.



Girişimcilik Ekosistemi: Kurumların Yaklaşımı



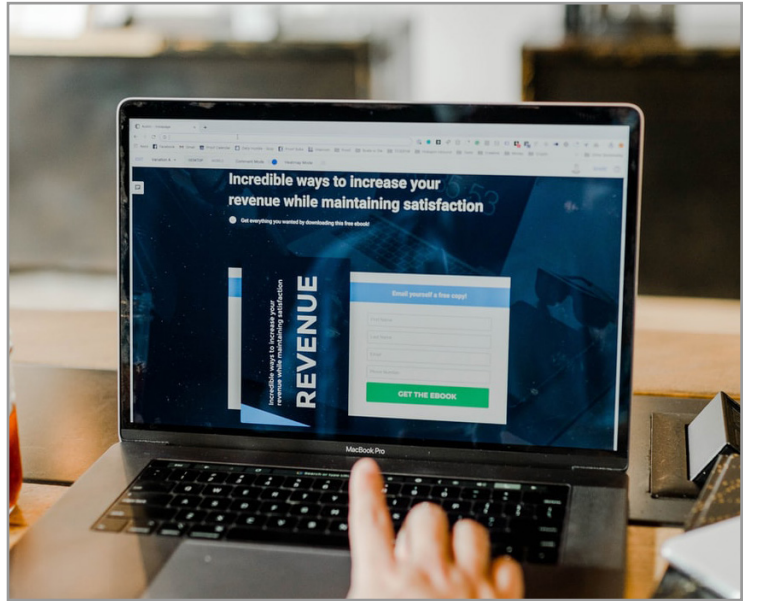


GRAFİK-11 VC YATIRIM ORANLARI

Kurumların direkt veya girişim sermayesi fonu kurarak yaptığı yatırımlar da son beş yılda hızla yükselişe geçmiştir. 2020 ilk yarısında her üç yatırımın birinde kurumlar bulunurken, bir önceki sene her beş yatırımın birinde kurumlar yer almıştır. Son beş yılda her sene yirminin üzerinde yatırımda kurumlar yer almıştır. 2012 öncesine gittiğimizde ise kurumların yaptığı yatırımlar yok denecek kadar azdır.

KURUMLARIN SATIN ALMA İŞTAHI

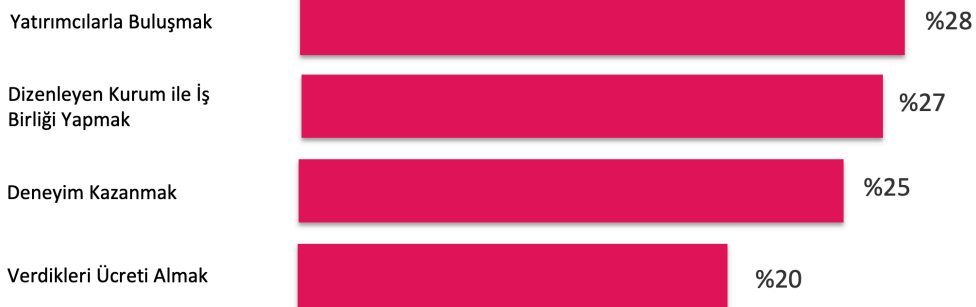
Türkiye'de bir milyon dolar ve üzeri ve aynı zamanda %50 ve üzeri satın almalara bakıldığında 2020 yılında ilk yedi ayda sadece iki Türk firması girişim satın alması yapmıştır. Bunlar da Türkiye İş Bankası'nın Moka adlı girişimi satın alması ve Logo firmasının Peoplise satın alması olarak görülmektedir. 2019 yılında ise DST Teknoloji'nin Paraşüt'ü satın alması, PayCore'un eski adıyla Provus'u satın alması dışında Türkiye'deki büyük kurumların satın aldığı bir girişim bulunmamaktadır. Bu konuda Türkiye'deki kurumların daha iştahlı olması ve özellikle bankacılık ve telekom sektöründe firmaların daha çok ve daha büyük satın almalara imza atması hem girişimcilik ekosisteminin sağlığı hem de çıkış yapmak isteyenlerin motivasyonunu artırmak açısından önemlidir.



KURUMLARIN KURDUĞU HIZLANDIRMA PROGRAMLARI

Türkiye’de son beş yılda özellikle bankalar birçok hızlandırma programı ile girişimcilerle biraraya gelmeye başlamıştır. Bazıları kendi sektörüne özel hızlandırma programı ile girişimcilere destek olurken bazıları tüm sektörler için hızlandırma programları yapmaktadır. Bazıları hızlandırma programlarına katılan girişimlere hibe de verirken, çoğu mentorluk, ofis alanı ve yatırımcılarla buluşma fırsatı sunmaktadır.

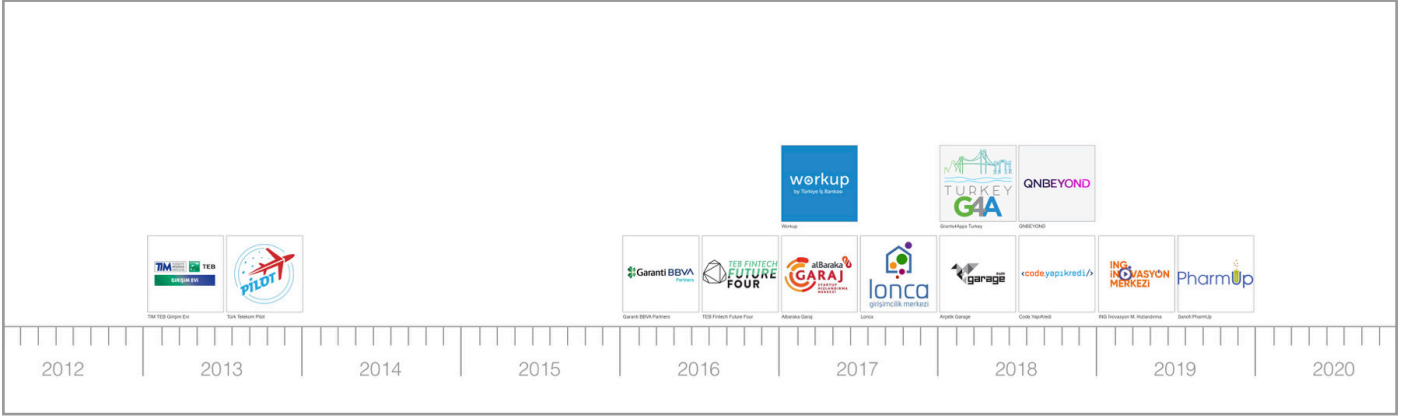
Girişimcilerin bu hızlandırma programlarına katılma motivasyonları araştırıldığında yatırımcılarla buluşmak ana motivasyon gibi gözükürken, düzenleyen kurum ile iş birliği yapmak, deneyim kazanmak ve verdikleri hibeyi almak da azımsanamayacak derecede önemlidir.



GRAFİK-12 KURUMLARIN HIZLANDIRMA PROGRAMINA KATILAN GİRİŞİMLERİN MOTİVASYONLARI

”

“Girişimlerin kurumların düzenlediği hızlandırma programına katılmasının ana sebebi yatırımcılarla buluşmaktır”



GRAFİK -13 KURUMLAR TARAFINDAN KURULAN HIZLANDIRMA PROGRAMLARI

Kurumlar tarafından kurulan hızlandırma programlarının yıl bazında dağılımı ise yukarıdaki gibidir. Son beş yılda ondan fazla kurum girişimcilere yönelik hızlandırma programı faaliyetine başlamıştır.

KURUMLARIN GİRİŞİMLERE SUNDUĞU DİĞER HİZMETLER: PLATFORMLAR



Türkiye'de kurumların hızlandırma, yatırım, satın alma dışında girişimlerle iş birliğine farklı yaklaşımları da bulunmaktadır.

Turkcell'in Arıkovanı platformu ile girişimlere sunduğu kitlesel fonlama platformu bunlardan biridir. Turkcell Arıkovanı ile girişimlerin son kullanıcıdan ön satış vasıtasıyla para toplamasına vesile olmaktadır. Bu sayede platformdaki girişimlerin finansmanına bir nebze destek sağlamaktadır.

Türk Hava Yolları Terminal adlı programı ile hem girişimcilere tek bir noktadan hizmet sunmakta, hem yatırımcıların karşısına çıkmalarını kolaylaştırmak için Invest on Board gibi uçak içi hizmetler sunmakta hem de geliştirici portalı ile destek olmaktadır.

Vodafone Türkiye ise Vitrin adlı programı ile girişimcilere mentorluk, satış desteği, dijital pazarlama desteği ve tüm Vodafone'lulara ulaşma desteği sunmaktadır.



SONUÇ

Türkiye'de kurumlar satın alma haricinde iş birliği, yatırım, hızlandırma konularında son yıllarda çok aşama kaydetmesine rağmen, süreçlerin uzunluğu, muhatap bulamama gibi konularda halen zayıf görülmektedir. Genel anlamda da girişimlerin kurumlarla yaşadığı tecrübeyi orta ve altında bulanların oranının %79 gibi yüksek çıkması birçok konuda devrimsel yenilikler getirilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Özellikle inovasyon kaynağı olarak görülen girişimlerle etkileşime girilmeye çalışıp bunda vasat bir etkileşim kurmak, inovasyon konusunda başarısız olmaya eşdeğer sonuçlar doğuracaktır.



Başarılı Kurum & Girişim İş Birliği Örnekleri



GİRİŞ

Kurum ve girişim iş birliklerinin önemi arttıkça hem kurumlar hem de girişimler tarafında bu anlamda teşebbüsler gerçekleştirilmektedir. Son iki yıldır Endeavor Türkiye, TOBB, Özyeğin Üniversitesi, Girişimci Kurumlar Platformu ve Bizz Consulting tarafından düzenlenen Corporate Startup Day Konferansı'nda **Kurumsal Girişimcilik Ödülleri** verilmektedir. Bu kapsamda başvurular yapılan iş birliği türü (müşterisi olmak/ ortak ürün geliştirmek/ yatırım yapmak), iş birliği ile yaratılan ölçülebilir etki (istihdam/ciro/tasarruf), yaratılan iş birliğinin ana faaliyet alanına yakınlığı gibi kriterlere göre değerlendirilmektedir. Son 2 yıldır önemli başarılarla imza atan iş birliklerinden bazıları derlenmiştir.

TÜRKİYE İŞ BANKASI & BİRLEŞİK ÖDEME HİZMELERİ ve ELEKTRONİK PARA A.Ş.

Kurum Hakkında Bilgi : Türkiye'nin lider ve en büyük özel bankası İş Bankası'nın aktif toplamı 2019 yıl sonu itibarıyla 468,1 milyar TL'ye ulaşmıştır. İş Bankası, aktif büyüklüğünün yanı sıra krediler, mevduat ve özkaynakta da özel bankalar arasında lider konumdadır.

2019 yılında 95. yaşına ulaşan İş Bankası, kurulduğu günden bu yana Türk bankacılık sektöründe öncü ve kılavuz bir role sahip olmuştur. Geleceğe ve yenilikçiliğe odaklı olan İş Bankası, küresel bankacılık eğilimlerine uygun, inovatif ürün, hizmet ve uygulamalar geliştirme vizyonu doğrultusunda çalışmaktadır.

İş Bankası, geride bıraktığı bir asra yaklaşan süre zarfında, şirketlerin, yatırımcıların, girişimcilerin ve bireylerin her zaman yanında yer almış, bankacılık ürün ve hizmetleriyle Türkiye ekonomisinin sürdürülebilir kalkınmasına katkı sağlamıştır.

Faaliyetlerini "müşteriye en yakın banka olmak" temeline dayalı sorunsuz ve sürdürülebilir büyüme stratejisiyle sürdüren İş Bankası, yaygın bir fiziki ve dijital hizmet ağına sahiptir.

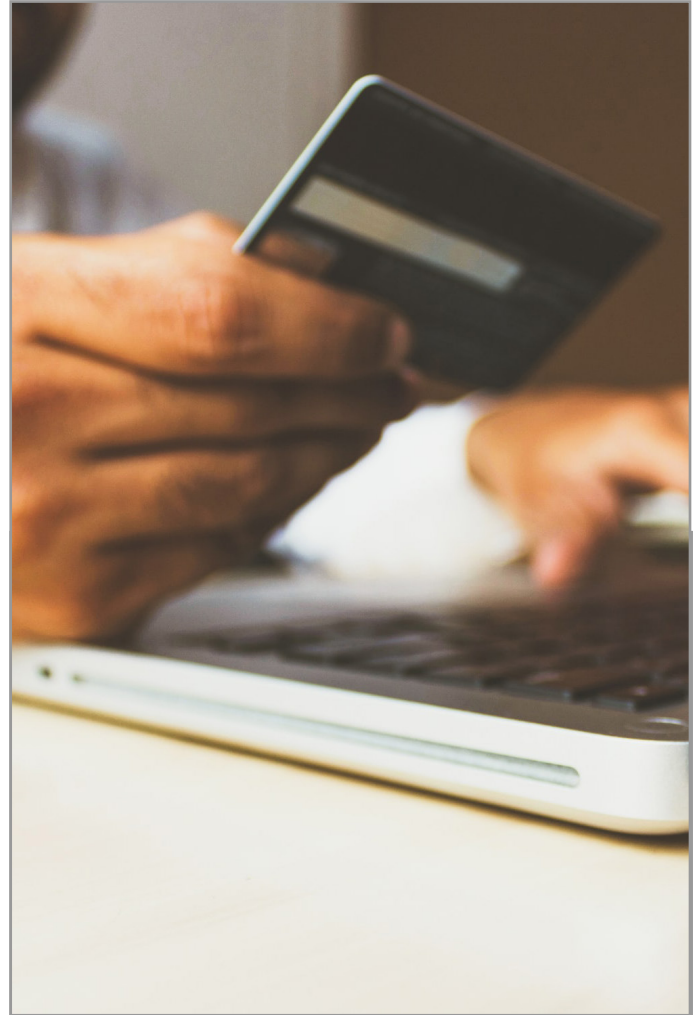
İş Bankası'nın Türkiye piyasasına sunduğu çok sayıda yenilik arasında ilk ATM, ilk internet şubesi ve ilk mobil bankacılık uygulamasını saymak mümkündür. Teknolojiye yönelik yatırımlarına devam eden İş Bankası, yeni nesil dijital bankacılık uygulamalarında da fark yaratmaktadır.

Girişim Hakkında Bilgi : Birleşik Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.; Ekim 2015'te e-para lisansı ile yetkilendirilmiş, ürün çeşitliliği konusunda en geniş yelpazeye sahip elektronik para ve ödeme hizmetleri şirkettir. Fintech servis platform sağlayıcı (FaaS) altyapısı ile kurumlara stratejik çözüm ortaklığı sağlamaktadır.

2010 yılında kurulduğunda self-servis kiosk hizmeti veren Birleşik Ödeme, 2015'te Bankacılık Denetleme ve Düzenleme Kurulu (BDDK) tarafından e-para lisansı ile ilk yetkilendirilen şirketlerden olmuştur ve lisansı kapsamında ürettiği teknolojik, inovatif ve güvenilir çözümler ile Türkiye'nin lider Fintech şirketi konumuna gelmiştir. Mevcutta Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası'na bağlı olarak faaliyet göstermektedir.

Türkiye'nin en büyük kurumlarına ve küresel Fintech'lere, kanal ve ürün bazlı altyapısal çözümler sunmakta; maliyetlerini minimize ederken, onlar adına yeni gelir kalemleri yaratarak mevcut verimlilik ve çevikliklerini maksimum seviyede artırmalarını sağlamaktadır. Bu vizyon paralelinde Birleşik Ödeme kurumlara; e-para dijital cüzdan, sanal veya fiziksel ön ödemeli kart, yurtiçi ve yurtdışı para transferi, online/offline tahsilat ve kiosk/akıllı kasa çözümleri olarak beş ana dikeyde çözüm önerileri sunmaktadır.

Birleşik Ödeme, 2019 yılının son çeyreğinde Fibabanka iştiraki Finberg'den yatırım almıştır. FaaS vizyonu ve dijital finansallaşma alanında yenilikçi fikirleri icraata geçiren ve sürekli daha iyisini hedefleyen tecrübeli ekibi ile, gelişmiş teknolojik altyapısını kullanarak hızla büyümeye devam etmektedir.



TÜRKİYE İŞ BANKASI & BİRLEŞİK ÖDEME HİZMETLERİ VE ELEKTRONİK PARA A.Ş.

İş Birliği Türü : Birleşik Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş. ile Borusan Lojistik ve Dağıtım A.Ş. arasında yürütülen "Borusan Lojistik Kart" projesi kapsamında; Bankamatiklerden "Borusan Lojistik Eta Kart" isimli ön ödemeli kartlar ile karta tanımlanan limit dahilinde nakit çekim işlemi yapılabilmesi sağlanmıştır. Proje 2020 Ocak itibarıyla tamamlanarak tüm Bankamatiklerde devreye alınmıştır.

Geliştirilen akış çerçevesinde işlem, Borusan Lojistik Eta Kart'ın Bankamatiklere takılması ile başlayıp, akışta kart kullanıcısının TC Kimlik Numarası ve Birleşik Ödeme'de kayıtlı cep telefonuna gönderilen Mobil Onay Kodunu girmesi istenmektedir. Girilen Mobil Onay Kodu ile doğrulama sağlandıktan sonra istenen tutar kart hamiline ödenerek işlem tamamlanmaktadır.

İş Bankası, 2020 Haziran sonu itibarıyla 6.542 adet Bankamatik ile özel bankalar arasında en geniş dağıtım ağına sahip banka konumunu sürdürmektedir. Bu iş birliği sayesinde yaygın Bankamatik ağından Borusan Eta Kart kullanıcılarının da faydalandırılması sağlanmıştır. Kart sahipleri kendilerine özel olarak tasarlanmış menü ile para çekme işlemlerini Bankamatikler aracılığıyla kolay ve hızlı bir şekilde gerçekleştirmektedirler.

Temmuz sonu itibarıyla Borusan Lojistik Eta Kart kartlar ile Bankamatiklerden yapılan para çekme işlemlerinin sayısı 26.592 adede ulaşmıştır.

Kurumun Girişimlerle Etkileşim Kurmasının Nedeni Nedir? :

Banka olarak, kuruluş misyonundan gelen anlayışla ülkemizde girişimciliği ve bugünkü anlamda teknoloji odağı ile iş yapan startupları desteklemekte ve ölçeklenmelerine katkı sağlanmaktadır. Bu kapsamda, çok sayıda girişimle kavram kanıtlama çalışması yapılmakta, ürün ve hizmetlerini satın almakta, birlikte ürün geliştirmekte, ortak kampanyalar yaparak müşteri tabanlarını geliştirmelerine destek olmaktadır. Buradaki en temel motivasyon, katma değerli iş üreten girişimlere ve ülke ekonomisine destek olmak. Startuplar ile etkileşim halinde olmak ve farklı boyutlarda iş birliği yaparak aynı zamanda kurum olarak daha çevik hareket etmeye, kurum içerisindeki inovasyon ve girişimcilik kültürünü olgunlaştırmaya, iç yazılım kaynağını daha etkin ve verimli şekilde kullanmaya ve yapılan iş birlikleri sayesinde yeni teknoloji, ürün, kanal ve müşteri tabanına kolay erişime katkı sağlamaktır.

Girişimin Kuruma Sağladığı Fayda : İş Bankası, Haziran sonu itibarıyla 6.542 adet Bankamatik ile özel bankalar arasında en geniş dağıtım ağına sahip banka konumunu sürdürmektedir. Bu iş birliği sayesinde, İş Bankası'nın yaygın Bankamatik ağından Borusan Eta Kart kullanıcılarının da faydalandırılması ve kart sahibi 160 bin Eta tedarikçisinin nakit ihtiyaçlarının kolayca karşılanması sağlanmıştır.

İş Bankası, Birleşik Ödeme iş birliği ile 160 bin tedarikçiye Eta tedarikçi kanallarına erişimi desteklemiştir. Teknolojik altyapı sunarak yazılım kaynağını daha verimli kullanmasını sağlamıştır. Birleşik Ödeme ile kurulan iş birlikleri, kurumların teknolojik ve finansal projelere destek olmalarını sağlayarak inovatif projelere yaklaşımlarını pozitif etkilemekte ve bu doğrultuda mevcut çevikliklerini arttırmaktadır.

BORUSAN EnBW ENERJİ & TARENTUM AI

Kurum Hakkında Bilgi : Borusan EnBW Enerji, yenilenebilir enerji alanında Türkiye'nin kaynaklarının geliştirilmesini desteklemek üzere 2009 yılında Türkiye'nin önde gelen sanayi gruplarından biri olan Borusan Holding ve Almanya'nın lider enerji şirketlerinden EnBW AG'nin ortaklığıyla kurulmuştur.

Borusan EnBW Enerji Türkiye'nin yenilenebilir enerji kaynaklarının etkin kullanılması ve geliştirilmesi amacıyla ilk yatırımını 2009 yılında Balıkesir'de Bandırma Rüzgâr Enerji Santrali (91,1 MW) ile gerçekleştirmiştir. Rüzgâr enerjisi yatırımlarına Tekirdağ (Balabanlı RES - 61,4 MW), Çanakkale (Koru RES - 55,2 MW), Mersin (Mut RES - 55,2 MW), Bursa (Harmanlık RES - 55,2 MW), İzmir'de (İzmir - 33,9 MW), Gaziantep (Kartaldağı RES - 65,5 MW) ve son olarak Kırklareli'nde (Kıyıköy RES - 28 MW) tesislerini devreye alarak devam etmiştir. Buna ek olarak, 50,3 MW Erzurum İspir Yedigöl-Aksu Hidroelektrik santrali ve Mersin'de yer alan toplam 8,8 MW'lık Dayıcık ve Pamuklu Güneş Enerji tesisleriyle birlikte Borusan EnBW Enerji'nin toplam kurulu gücü 505 MW'tır.

Borusan EnBW Enerji rüzgâr enerjisinde verimlilik, operasyonel mükemmellik, sosyal ve doğal çevreye uyum gibi pek çok alanda da fark yaratarak Türkiye'nin lider yenilenebilir enerji şirketi olma hedefiyle çalışmalarını yürütmektedir. 2020 yılında devam etmekte olan iki büyük yatırımının (Çanakkale Saros RES - 138 MW ve Kırklareli Kıyıköy RES - 72 MW) işletmeye girmesiyle kurulu gücü 715 MW'a çıkacaktır. 2017 yılı sonunda 395 MW'lık bağlantı kapasitesi hakkı kazandığı 10 rüzgâr projesi ile Borusan EnBW Enerji'nin toplam portföy büyüklüğü 1150 MW seviyesindedir.

Borusan EnBW Enerji %100 yenilenebilir enerji üretimiyle konvansiyonel nitelikteki tesisleri ikame ederek günümüzün en ciddi çevre sorunu olan küresel ısınmanın önlenmesine yönelik ciddi bir destek sağlamaktadır. Bu kapsamda faaliyette olan tesislerin üretimiyle karbon salımının azalmasına yılda 800 bin ton dolayında katkı yapmaktadır.

Girişim Hakkında Bilgi : Tarentum AI, makine öğrenimi ve yapay zeka teknolojilerini kullanarak kritik iş ihtiyaçlarına yüksek etkili çözümler geliştirmiştir. Tarentum AI e-ticaret, perakende bankacılık ve yenilenebilir enerji alanlarında ürünler geliştirmiştir. Tahminleme, müşteri analitiği, kestirimci bakım, optimizasyon, doğal dil işleme, kampanya yönetimi gibi konular Tarentum AI'nin makine öğrenimi ve yapay zeka kullanarak çözüm götürdüğü konulardan bazılarıdır. Türkiye'nin lider şirketleri ile iş birliği yapan Tarentum'un vizyonu global ölçekte bir yapay zeka girişimi haline gelmiştir.

İş Birliği Türü : Tarentum AI ve Borusan EnBW ürün aşamasına gelinceye kadar ortak geliştirme yaparak uçtan uca bir hava modeli ve üretim tahmin algoritması geliştirmişlerdir. Ürünleşme aşamasından sonra Borusan EnBW ve Tarentum arasında müşteri-tedarikçi ilişkisi başlamıştır. İş birliği rüzgâr türbini kestirimci bakım algoritması projesi kapsamında devam etmektedir.

Kurumun Girişimlerle Etkileşim Kurmasının Nedeni Nedir? : Borusan EnBW gelişen piyasa ve teknolojiler ışığında ihtiyaç duyduğu çözümleri geliştirmek için alanında uzmanlaşmış teknoloji girişimleri ile iş birliği yapmaktadır. Borusan EnBW sahip olduğu yenilenebilir enerji konusundaki bilgi ve birikimini farklı teknoloji dikeylerinde uzmanlaşmış firmalarla paylaşarak yüksek etkili projeler çıkarmayı hedeflemektedir.

Girişimin Kuruma Sağladığı Fayda : Tarentum'un geliştirdiği rüzgâr enerjisi tahmin algoritması ile Borusan EnBW'nin dengesizlik maliyetleri azalmış ve operasyonel maliyetlerde önemli bir tasarruf sağlanmıştır. Kestirimci bakım algoritmasının kullanılmaya başlanmasıyla da yine bakım maliyetleri tarafında tasarruf sağlanması hedeflenmektedir.

Girişimlerle Çalışmak İçin İpuçları : Borusan EnBW global ve yerel piyasayı yakından tarayarak öne çıkan teknolojileri belirler ve bunları stratejisiyle birleştirerek yalnızca odaklanacağı alanlardaki teknoloji girişimleri ile çalışır. Girişimlerle daha rahat çalışmak için kurum içi inovasyon ve girişimcilik programları ile inovasyonun şirket kültürüne yayılması için sürekli çaba göstermektedir. Erken aşama girişimler ile ortak projeler geliştirerek regüle bir sektör olan elektrik piyasasında girişimlerin deneyim kazanmasına yardımcı olmaktadır.

Tarentum AI, makine öğrenimi ve yapay zeka teknolojileri ile e-ticaret, perakende bankacılık ve yenilenebilir enerji alanlarında ürünler geliştirmektedir.

ANADOLU EFES & PUBINNO

Kurum Hakkında Bilgi : Anadolu Efes satış hacmi bakımından Avrupa'nın en büyük 5. ve dünyanın en büyük 10. bira şirketidir. Aralarında Türkiye'nin de yer aldığı 6 ülkede, toplam 21 bira fabrikası, 5 malt üretim tesisi, 1 şerbetçiotu işleme tesisi, 1 preform üretim tesisi ile ürünlerini 70'ten fazla ülkeye ihraç etmektedir.

Girişim Hakkında Bilgi : Pubinno; fıçı biranın en verimli ve kalitesi standart şekilde servis edilmesini sağlayan yapay zeka tabanlı akıllı bira muslukları yapan İstanbul merkezli şirkettir. Aynı şekilde fıçı bira servisi yapılan işletmelerde bira israfının önlenmesi ve her serviste kalite standartlarına uygun olarak müşterilere sunulması için çözümler geliştirmektedir. Pubinno an itibarıyla dünyadaki birçok büyük bira üreticisi şirket ile iş birliği yaparak global ölçekte akıllı bira musluğu devrimini sürdürmektedir.



İş Birliği Türü : Pubinno ile Anadolu Efes'in ortak vizyonu "Internet of Beer" dünyası yaratarak fıçı birayı üretimden bardağa döküldüğü ana kadar her detayı ile takip etmektir. Girişim önemli miktarlarda yatırım almıştır ve bugün bar teknolojileri konusunda dünyadaki 7 startup'tan birisi olarak gösterilmektedir. Birlikte proje yapıp ürün yaratmak ve bu ürünün müşterisi olmak için Anadolu Efes Pubinno ile 2014 yılında çalışmaya başlamıştır. Girişimin kuruma ilk geliş amacı birayı otomatik olarak servis eden fıçı bira vending machine projesi iken, kurum fıçı bira ile ilgili gelişme alanlarını belirledikten sonra proje pivot etmiştir. Smart Beer Tap projesi olarak birlikte geliştirmeye başlayıp nihayetinde en kaliteli ve en verimli fıçı bira elde edilmesi amaçlanmıştır. Projenin prototip, gelişmiş model ve nihai ürün gibi her aşamasında yerinde tüketim noktalarında pilot uygulamalar yapılmıştır ve her seferinde tüketici ve işletme sahibi geri bildirimlerine göre ürün geliştirilmiştir. 2019 yılında ürün mevcuttaki haline kavuşmuş ve 1.000 adet fıçı kulesinde kullanılmak üzere satın alınmıştır. Amaç tüketicilere en kaliteli birayı sunarken, işletme sahiplerinin de süreçlerini en verimli hale getirmektir. Basit bir örnekle bir fıçıdan min. %15 verimlilik artışı sağlanmıştır. Ayrıca servis edilen her biranın kalite standartlarının aynı ve ideal seviyede olması sağlanmıştır.

ANADOLU EFES & PUBINNO

Kurumun Girişimlerle Etkileşim Kurmasının Nedeni Nedir? : Anadolu Efes girişimcilerin daha yaşanabilir bir dünya inşa etmede ve sorunlara yenilikçi çözümler getirmede kritik öneme sahip olduğunu düşünmektedir. Girişimcilerin akıllı, yenilikçi ve sürdürülebilir çözümler geliştirilebilmesi için girişimcilerle farklı platformlar üzerinden veya direkt etkileşim kurmaya çalışmaktadırlar. Bu etkileşimlerin iş birliklerine ve projelere dönmesi için çaba harcanmaktadır.

Girişimin Kuruma Sağladığı Fayda : Tüm ürünlerde olduğu gibi fıçı birada da en kaliteli ve en verimli fıçı bira elde etmek amaçlanmıştır. Fıçı bira satışı yapan işletmelerde bazı zamanlarda biranın sunumu, fıçı tesisi ile ilgili problemler yaşanabilmektedir. Hem kurumu, hem işletmecileri, hem tüketicileri mutsuz eden bu problemleri çözebilmek için Pubinno ile iş birliği geliştirilmiştir. IoT ve AI tabanlı akıllı musluk sistemlerini geliştirerek fıçı bira servisi esnasında yaşanan köpüklenme, taşma, dökülme, kayıp, çalıntı bira, porsiyon ayarı gibi problemlerin önüne geçilmiştir. Bu akıllı musluklar; aynı zamanda sıcaklık, basınç, hat temizliği, fıçı tazeliği parametrelerini kontrol ederek mükemmel bira servisi sağlamıştır. Pubinno ile geliştirilen akıllı musluklar sayesinde barların fıçıdan aldığı verim %15 civarında artarken, tüketiciler ise daha lezzetli bira içme fırsatı yakalamıştır. Şirket açısından en büyük faydalardan biri ise Pubinno olan tüm noktaların anlık verilerini tek merkezden gözlemlene şansı oluşması, böylelikle fıçı bira sürecinden başlayan iş birliği yönetilebilecek bir big data sürecine ilerlemiş olmasıdır.

Girişimlerle Çalışmak İçin İpuçları : Girişimler ve kurumsal yapılar arasında iş yapış biçimi anlamında derin farklılıklar olduğu her zaman konuşulmaktadır. Büyük yapıların karar alma ve uygulama hızları ile girişimlerininki aynı olmadığı kimse için bir sır değildir. Bu çok bilinen yönlerden ziyade "ipucu" olarak görülen bu konu aslında kurumsal yapıların içinde de olan girişimci ruhu ortaya çıkarabilmektir. Artık kurumsal yapılarda da çalışanların girişimcilik dünyası ile bir bağı bulunmaktadır. Bazıları yatırımcı, bazıları mentor, bazıları daha önce girişim kurmuş kişilerden oluşmaktadır. Bazı çalışanların ise hayalinde bir girişim kurmak yatar. Bu kişilerle girişimleri iş birliği projelerinde bir araya getirdiğinizde işler beklediğinizden çok daha hızlı ve sorunsuz ilerleyebilmektedir. Empati yapabilme becerisini besleyen bu ortam iletişim kanallarını beslemektedir. Bu açılan iletişim kanalları ile işler daha kolay ilerlemektedir.

Kurumsal çalışanlar ve girişimciler daha yakından tanıdıkça iletişimi ve iş yapış şekli gelişmektedir. Günün sonunda girişimler tamamen kurumsal gibi davranmamakta, kurumsal şirketler de tamamen girişimler gibi davranmamaktadır fakat iki tarafın da birbirini anladığı ortak bir noktada projeler hayata geçirilmektedir. Böylelikle kilit noktalardaki tıkanmalar çok daha hızlı çözülebilmektedir.

“

3 Eylül 2014'te Anadolu Efes ile ilk toplantıyı yaptığımda ne bir şirketim ne bir takımım sadece hayalim vardı. Anadolu Efes inancıyla, bugün dünyada bar endüstrisini değiştirecek 7 startup'tan biriyiz!

Pubinno Kurucusu Can Algül

ALBARAKA TÜRK KATILIM BANKASI & INOOSTER

Kurum Hakkında Bilgi : Albaraka Türk Katılım Bankası, Türkiye'de faizsiz bankacılığa öncülük ederek 1984'te kurulmuştur. Türkiye'de ilk katılım bankası olan Albaraka Türk, her türlü ekonomik koşulda yaptığı büyük yeniliklerle, sağlıklı bir büyüme gerçekleştirmiş ve 35 yıldır katılım bankacılığı sektörünün lideri olmuştur. Hızla değişen teknolojik gelişmelerin ardından Albaraka Türk, stratejilerini müşterilerinin ihtiyaçlarına göre şekillendirmekte ve onlara en yüksek hizmet standartlarını sunmaya çalışmaktadır. Hızlı ve yüksek hizmet standartlarını yakalayabilmek için, dış dünyayı izleyerek iç dinamiklerle yenilik üretmeye büyük önem vermektedir. Verdiği bu önemin bir yansıması olarak da Albaraka Türk sektöre öncülük eden bankalardan biri olarak Albaraka Garaj Startup Hızlandırma Merkezini kurmuştur. Albaraka Garaj hem start-upları destekleyen ve büyümelerini hızlandıran bir kurum hem de banka ile Start-upların arasında bir köprü vazifesi görerek ortak projelerin hayata geçirilmesine ve iş birliği yapılmasına öncülük eden yapı olmuştur. Ayrıca Albaraka Portföy GSYF üzerinden 6 Albaraka Garaj girişimcisine yatırım yapılmıştır.

Girişim Hakkında Bilgi : Inooster Bilişim Teknolojileri oyunlaştırma ile motivasyon ve verimliliği arttırarak, şirketlerin belirledikleri hedeflere ulaşmalarını sağlayan bir girişimdir. Motivist adlı uygulamaları ile şirketlere oyunlaştırma ile performans ve çalışan sadakatini yönetebilecekleri bir dijital platform sunan Inooster, Albaraka 1. Dönem girişimlerindenidir.

İş Birliği Türü: Albaraka Tahsilat ekibinde daha önceden performans verileri hafta boyunca manuel olarak bir excel üzerinden toplanarak hafta sonunda ve ay sonunda bu verilerden performans raporu çıkartılıp bu çalışanlarla paylaşılmaktadır. Burada çalışan performansı ve sadakatini arttırmak isteyen ekip yöneticileri bir arayış içerisine girmiş ve bu sayede Albaraka Motivist Oyunlaştırma Projesi hayata geçirilmiştir.

Sektörde oyunlaştırma uygulamaları daha çok çağrı merkezi ve satış ekipleri için uygulanmaktadır ama bunlarda genelde bir score board ve rozetler üzerinden dönmektedir. Albaraka Motivist ile Türkiye'de ilk defa bir bankanın tahsilat ekiplerinin kullanımı için bir oyunlaştırma

projesi hayata geçirilmiştir. Bu proje ile aşağıda belirtilen alanlarda inovatif gelişmeler sağlanmıştır:

Eğlence: Motivist sayesinde eski klasik baskıcı performans anlayışından uzaklaşarak daha eğlenceli ve daha motive bir şekilde performans takibi yapılmaktadır. Yarışma sonucunda alınan puanlar ve kazanılan rozetler çalışanın nihai performans puanının belirlenmesi sürecinde çalışanın daha eğlenceli, daha az stresli bir süreç geçirmesini sağlamaktadır.

Geribildirim: Motivist ile birlikte performans verileri anlık olarak görülebilmekte ve çalışanın performansını iyileştirmesi için anlık geri bildirimler yapılabilmektedir.

Automation: Performans hesaplaması otomatikleştirilmiş bu sayede her hafta ve ay sonunda excel üzerinden yapılan performans hesaplamalarına gerek kalmamıştır.

Şeffaflık : Çalışan performans değerlendirmeleri daha adil ve şeffaf olarak yapılabilmektedir. Performansın anlık olarak görülebilmesi de şeffaflığa büyük katkı sağlamaktadır. Eskiden haftanın ve ayın sonunda yapılan hesaplamalar sonucu performanslar açıklanmaktaydı bu da bazı insanların kafalarında sonuçlar hakkında soru işaretleri bırakıyordu. Artık çalışanlar anlık olarak bütün performansı görebildiği için performans sistemine olan güvenleri de artmıştır.

Hikayeleştirme: Kurgulanan "Uzay Yolu" yarışması ile birlikte tüm ekip uzayda yeni yerler keşfedip, yeni madenler bularak ve uzaylılarla sanal ortamda savaşarak içinde bulundukları zor ve stresli tahsilat sürecini eğlenceli bir şekilde yerine getirmektedirler. Kurgu projenin en önemli unsurlarından birisidir, çalışanlar bu sayede kendini hikayenin bir parçası olarak görmektedir, bu da çalışan katılımını yükseltmektedir.

Democratization of performance: Daha önce hazırlanan performans tablosunda tek kriter baz alınırken motivist sayesinde oluşturulan kurgularla birlikte her çalışanın en iyi olduğu alanda zirvede yer almasına fırsat tanınmaktadır. Bu sayede çok katmanlı bir performans sistemi oluşturulmuştur. Daha önce aylık score board'da ilk hafta bazı çalışanlar öne çıkarken geride kalanlar ise zaten yarışı kaybettiklerini düşünüp düşük motivasyon ile çalışmakta idi. Bu sayede insanların yarıştan düşmesi engellenmiş oldu.

Daha önce hazırlanan performans tablosunda tek kriter baz alınırken motivist sayesinde oluşturulan kurgularla birlikte her çalışanın en iyi olduğu alanda zirvede yer almasına fırsat tanınmaktadır.

ALBARAKA TÜRK KATILIM BANKASI & INOOSTER

Kurumun Girişimlerle Etkileşim Kurmasının Nedeni Nedir? :

Albaraka Tahsilat Ekibi 20 çalışandan oluşmaktadır. Temel görevleri de bankanın gecikmeye düşmüş bireysel alacaklarının telefonla arayarak tahsilatını gerçekleştirmektir. Sürekli telefon üzerinden para tahsilatı yapıldığı için çalışanlar için bu çok tekrarlı ve stresli bir iş haline gelmektedir. Bu yüzden ekip yöneticileri, çalışan performansının artırılması için çeşitli hedefler koyup manuel performans takibi yapıp aylık performans göre çalışanlara hediyeler verip çalışan bağlılığını ve performansını artırmaya çalışmaktadır. Çalışan bağlılığını artırmada verimsiz bir yöntem olduğunu birimdeki turnover rate'in çok yüksek olduğunu gözlemleyen birim yöneticileri, yeni bir yöntem arayışına geçmiştir. Bu arayışlarını Albaraka İş Mükemmelliği ve İnovasyon Birimine iletmışlerdir. Bu alandaki yeni trendleri ve teknolojileri araştıran ekip yeni nesil oyunlaştırma platformu geliştiren bir startup olan Inooster firmasını bulmuştur. Inooster bu alanda çok yeni bir firmaydı ve henüz hiçbir müşterisi yoktu bu yüzden Inooster ortak proje geliştirmek için Albaraka Garaj Startup Hızlandırma Merkezine dahil edilmiştir. Böylece Inooster firması ile Albaraka Motivist Oyunlaştırma Platformu Projesine başlanmıştır.

Girişimin Kuruma Sağladığı Fayda : Albaraka Motivist uygulamasıyla birlikte hedeflenen çalışanları sadece ödülle motive etmek yerine kendilerini hikayenin bir kahramanı olarak görmelerini sağlamaktır. Burada kazanılan ödüllerdeki önemi azaltıp insanların başarıyı hissetmesi ve hikayenin bir parçası olması sağlanmıştır. Böylece çalışan bağlılığı arttırılmıştır.

Motivist Projesi hayata geçirildikten sonra çalışan sayısı sabit kalmasına rağmen aranan sorun yaşanan müşteri adedinde ilk 3 ayda %40 artış sağlanmıştır. Yapılan tahsilat miktarında da %26 artış sağlanmıştır. Daha çok müşteriye ulaşılmasından dolayı yapılan tahsilatlardaki artış sayesinde verimliliğinde önemli bir artış sağlanmıştır. Motivist sayesinde sorun yaşanan müşterilerden yapılan tahsilatlar artarak, tahsil kabiliyeti güçlenmiş ve böylelikle sorun yaşanan müşteri sayısının azalmasına doğrudan etki etmiştir. Bankada sadece Tahsilat biriminde hayata geçirilen Motivist uygulaması, elde edilen yüksek başarıdan dolayı platformun Albaraka'nın Çağrı Merkezi, Pazarlama birimlerinde de kullanılması için proje başlatılmıştır.

Girişimlerle Çalışmanın İpuçları : Bunun için öncelikle kurum içerisinde girişimcilerle çalışma konusunda bir bilinirlik sağlanması gerekmektedir. Albaraka bunun için fikir toplanma platformlarını ve kurum içi girişimcilik programlarını kullanmıştır. Albaraka Garaj ofisi genel müdürlük binasında konumlandırılmış ve ortak etkinlikler düzenlenerek çalışanların bu yeni oluşumdan haberdar olması ve girişimcilerle etkileşime girilmesi sağlanmıştır. Sonrasında ilgili olabilecek ekipler ile bir çok toplantı düzenlenmiştir. Bu sayede banka içerisindeki pek çok birim girişimlerin yaptığı işler hakkında bilgi sahibi olmuştur. Bu sayede ekipler girişimlerin kendi problemlerini nasıl çözebilecekleri konusunda bilgi sahibi olmuş ve PoC çalışmalarına başlanmıştır. Pek çok PoC çalışmasından sonuç alınamamıştır ancak bunlar ekiplerin vizyonunun gelişmesine ve startupların çalışma mantığını anlamasına ve sağladıklarını faydayı görmesine çok yardımcı olmuştur. Sonrasında ekipler kendi ihtiyaçları için bir girişimci ile çözebilir miyiz diye düşünmeye başlamış ve süreçler hızlanmıştır. Bu tarz iş birliklerini hayata geçirebilmek için öncelikle kurumların çalışanlarına hata yapma inisiyatifi vermesi gerekmektedir. Çünkü kurumsal çalışanlarda hata yapma korkusu olduğu zaman bir girişimcinin inovatif bir ürününü kullanmak yerine kendileri için çok daha risksiz olacak büyük bir firmanın bilinen bir ürününü kullanmayı tercih etmektedir. Bu nedenle çalışanların bilinçlendirilmesi ve cesaretlendirilmesi çok önemlidir.

Girişimin Yapılan İş Birliği Hakkında Kanaati Nedir? :

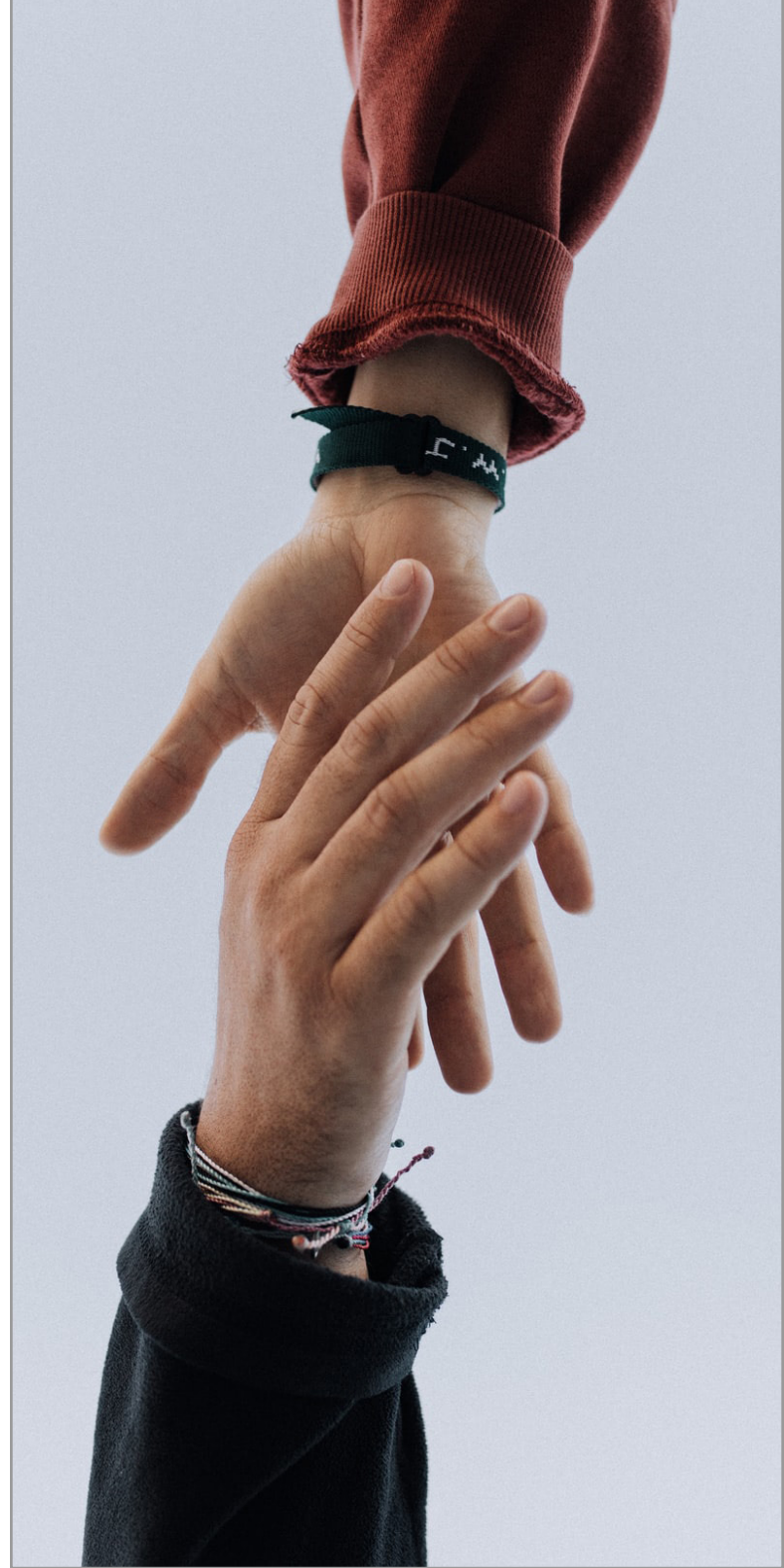
Inooster bu iş birliği sayesinde ilk satışını gerçekleştirmiştir. Albaraka ile hem sözleşme ve kurumsal satış süreçleri konusunda tecrübe kazanmış, Albaraka'nın ürünü satın alması ile önemli bir referans da elde etmiş ve bu sayede ürünü farklı bankalar sonrasında başka kurumsal firmalar da satın almıştır. Bu proje sayesinde Motivist ürünü de sahada test edilmiş ve bu süreçte üründe pek çok değişiklik ve geliştirme yapılmıştır ve ürün geliştirme roadmap'i şekillenmiştir. Ayrıca kurumsal şirket ihtiyaçları hakkında detaylı geri bildirimler edinilmiştir.

TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKASI A.Ş. & B2METRIC

Kurum Hakkında Bilgi : Tofaş, yılda 450 bin araçlık üretim kapasitesi ve 7 bine yakın çalışanı ile Türkiye'nin yedinci büyük sanayi kuruluşudur. Genel merkezi İstanbul'da olan; 350 bin m²'si kapalı, yaklaşık 1 milyon m² alan üzerinde kurulu Bursa'daki fabrikasında da üretim yapan Tofaş, aynı zamanda FCA grubunun Avrupa'daki ikinci büyük Ar-Ge merkezi konumundadır. Tofaş fabrikasında, Fiat Egea Ailesi'nin Sedan, Hatchback ve Station Wagon modellerinin yanı sıra Fiat Doblo ve Fiorino modellerinin üretimi yapılmaktadır. Dünyanın farklı kıtalarında farklı marka ve model isimleri ile pazara sunulan Egea, Fiat Tipo ve Dodge Neon markaları ile satılmaktadır. Tofaş'ta geliştirilip üretilen Doblo ayrıca Ram ProMaster City markasıyla ABD'ye ihraç edilmektedir. Şirket aynı zamanda iç pazarda altı markanın (Fiat, Fiat Professional, Alfa Romeo, Jeep, Maserati, Ferrari) temsilciliğini yürütmektedir.

Girişim Hakkında Bilgi : B2Metric, şirketlerin karmaşık problemleri yapay zeka ve makine öğrenmesi tabanlı çözebilmelerini sağlayan bulut ve on premise tabanlı yazılım çözümü sağlamaktadır. B2Metric özellikle finans, sigortacılık, online oyun, telekomünikasyon, bahis ve perakende sektörlerindeki firmaların, yapay zeka teknolojileri ile veri toplama, veri temizleme, veri işleme gibi analitik süreçlerini büyük ham satış, müşteri ve resim verileri ile anlamlandırmakta, optimize etmekte ve gelecek tahminlemelerini yaparak şirket karlılıklarını artırmalarını sağlamaktadır.

B2Metric ML (Machine Learning) Studio yazılımı işletmeler için iş süreçlerini, makine öğrenim yaşam döngüsünü otomatikleştiren bir çevrimiçi platform olarak geliştirilecek olan bir yapay zeka entegrasyonunu oldukça kolaylaştıracak bir yazılım sistemidir. Satışlarda kar marjını artırmak, yeni müşteri kazancı esnasındaki maliyetleri azaltmak ve eldeki müşterilerini çok daha iyi anlamak ve doğru müşteriye doğru indirimler sağlamak için bir öngörü sağlamaktadır. Makine öğreniminin popülerliği, analiz edilmesi gereken veri miktarındaki büyük artış, verilerin daha ayrıntılı bir analizine ihtiyaç duyulması, verilerin analiz edilmesi için çeşitli algoritmaların kullanılabilirliği gibi birçok faktörden kaynaklanmaktadır. Bu süreçleri otomatize edebilmek tahmini ve kategorizasyon modellerini üretim sistemlerine ve iş süreçlerine yerleştirme ihtiyacı ise birçok temel ihtiyaca karşılık vermektedir.



Yedek parça stok ve fiyat optimizasyonu konusu otomotiv sektörünün global ölçekte en büyük sorunlarından bir tanesi olup B2Metric AutoML altyapısı tak çalıştır mimarisiyle bu probleme yapay zeka tabanlı yüksek başarımlı tahmin sistemiyle çözüm oluşturmaktadır.

İş Birliği Türü : Ortak geliştirilen yapay sinir ağları tabanlı öğrenen ve öğrendiğiyle %85 gibi yüksek doğrulukta karar veren algoritma ile yedek parça sektöründe pazar talep tahminine dayalı dinamik fiyatlandırma yapısı hedeflenmektedir. Proje test aşamasını geçmiş olup, proje çıktılarının yarattığı değer en yüksek olduğu alanlar tespit edilecek olup bu alanlarda ilerleyen aşamalarda kar artış beklentisinin yanında stok maliyetlerinde de düşüş beklenmektedir. Proje ile Tofaş'ın yedek parça alanında sunmuş olduğu ürünlere ait fiyatlandırmanın, kişiden bağımsız olarak veriye dayalı karar yapay zeka modüllerine yaptırılması hedeflenmektedir.

Kurumun Girişimlerle Etkileşim Kurmasının Nedeni Nedir? : Tofaş gibi alanında tecrübeli ve bilgi birikimi yüksek bir firmanın, yapay zeka gibi yeni gelişmekte olan bir alanda, genç ve dinamik bir yapı ile çalışmasının en verimli olacağı düşünülmüş ve bir girişim ile iş birliği yapılmıştır. B2Metric olarak otomotiv sektöründe yapay zeka tabanlı B2Metric ML Studio ürünü denemiş ve akabinde yeni bir markette deneyim tecrübesi edinilmiştir. Bu bağlamda otomotiv sektörü segmentinde de yedek parça dikeyinde yapay zeka servisleriyle hizmet verilmeye başlanmıştır.

Girişimin Kuruma Sağladığı Fayda : Yeni gelişmekte olan bir alanda kuruma know-how katmasının yanında girişim ile çalışma tecrübesi gelecekte kurum içinde vazgeçilmez kaslardan biri olacaktır.

Girişimlerle Çalışmak İçin İpuçları : Hedefleri ve çıktıları çok net olan projeye her iki tarafında inanarak sahip çıkması ve gerekse de kurum içinde girişimdeki olduğu gibi start-up ruhu ile projeye yaklaşılması çok önemlidir.

Girişimin Yapılan İş Birliği Hakkında Kanaati Nedir? : İlgili iş birliği hem ürün ve servislerin gelişmesine hem de yeni bir sektöre daha hizmet verebilir konuma gelinmesini sağlamıştır. Bu yeni market segmenti B2Metric'in global açılımında kritik önem arzedecektir. Zira yedek parça stok ve fiyat optimizasyonu konusu otomotiv sektörünün global ölçekte en büyük sorunlarından bir tanesi olup B2Metric AutoML altyapısı tak çalıştır mimarisiyle bu probleme yapay zeka tabanlı yüksek başarımlı tahmin sistemiyle çözüm oluşturmaktadır.



Startup Dostu Şirketler



İnovasyon, yeni fikirler ve teknolojik gelişmeler tüm sektörlerde iş yapış şekillerini değiştirdikçe kurumlar da rekabette öne geçebilmek için girişimlerle iş birliğine önem vermektedir. Bu amaçla kurumlar girişimci yöntemleri şirket kültürüne dahil etmek, girişimin bir yetkinliğine ulaşmak veya ortak ürün/hizmet geliştirmek gibi farklı amaçlarla girişimlerle iş birliği yapmaktadırlar.

Dünyada büyük kurumsal şirketler girişimler için özel programlar hazırlamakta, kuluçka ve hızlandırma merkezleri kurmaktadır. Ayrıca pek çok yarışma ve ödül programları düzenlenmektedir. Türkiye'de 2017 yılından itibaren girişimlerle iş birliğinin geliştirilmesi ve girişim ekosisteminin desteklenmesi amacıyla yeni bir kavram ortaya çıkmıştır: "Startup Dostu" şirketler. İlk olarak 2017 yılında verilen "Startup Dostu" şirket ödülü Bankalararası Kart Merkezi (BKM)'nin olmuştur.

Endeavor Türkiye, TOBB GSK, Özyeğin Üniversitesi ve Bizz Consulting iş birliğinde gerçekleştirilen

ödül değerlendirmesi Startup100 üyeleri, girişim ekosisteminde yer alan tüm girişimler ve liderler tarafından aşağıdaki kriterler kapsamında yapılmaktadır.

-Startup'lardan hizmet ve mal tedarik etme

-Startup'lara mal ve hizmet alımından doğan ödemelerinde ayrıcalık tanıma

-Girişimcilik kültürünü destekleyici aktiviteler yapma/destekleme

-Startup'lara yönelik Partnership programlara sahip olma

-Startup'lara yönelik Kuluçka, Hızlandırıcı, Cowork space (ortak çalışma alanı) gibi programlar düzenleme

-Bünyelerinde risk sermayesi benzeri projeler yürütme

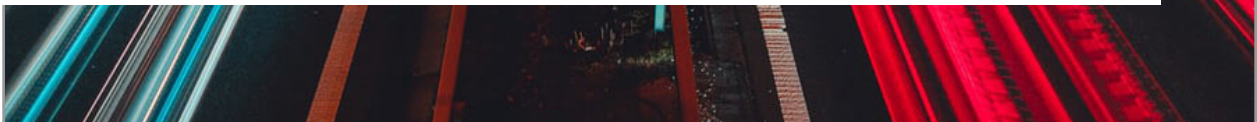
-Başkan ve/veya CEO'ların Startup'lara yönelik "mentor, melek yatırımcılık" gibi aktivitelerde yer alma

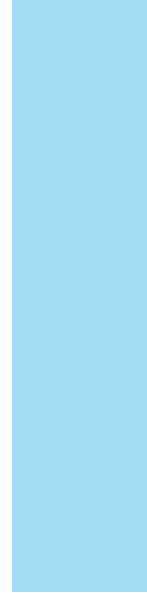
2020 yılı Corporate Startup Day’de açıklanan Startup Dostu Şirketler sıralaması ise şu şekildedir:

- 1.İş Bankası**
- 2.Koç Holding**
- 3.Türk Telekom**
- 4.QNB Finansbank**
- 5.ING Bank**
- 6.BKM (Bankalararası Kart Merkezi)**
- 7.Albaraka Türk Katılım Bankası**
- 8.Turkcell**
- 9.Esas Holding**
- 10. MV Holding ve Vodafone**



İş Birliği Yol Haritası : Kurumlara Tavsiyeler





Jason LAU

GİRİŞ

Kurum girişim iş birlikleri çok fazla vaat ve potansiyel taşısa da bunu gerçekleştirmek için üstesinden gelinmesi gereken pek çok zorluk vardır. Bu zorlukları aşmak üzere kurumlar girişimlerle olan etkileşimde hem değer verebilmek hem de alabilmek adına kuruluşun kültürünü dönüştüren ve kuruluşu, kaynakların ve fikirlerin değiş-tokuşu için bir açık inovasyon üssü olarak sunan bir sistem yaratmalıdır.

Bu sistemi inşa etmeye yeni başlayan kurumlar için 10 adımlık bir yol haritası belirledik.



1) Stratejinizi Belirleyin

İnovasyon stratejisi kurum stratejisinin bir parçasıdır. Bir şirketin, uzun vadede yenilikçi ürünler, yeni iş alanları ve daha etkili süreçler geliştirmek için uygulamak istediği tüm aktiviteler belirlenmiştir. Hedeflere ulaşmak için atılması gereken adımlar bir kavram içerisinde tarif edilir. İnovasyon stratejisi kapsamında, hem girişimlerle iş birliği için stratejik hedefler belirlerken hem de faaliyet alanlarını tanımlarken girişimle iş birliğinin resme nasıl oturduğu konusunda açık ve net bir anlayış olmalıdır.

2) İnovasyon Alanları Yaratın

Belirlenen inovasyon stratejisini desteklemek üzere dışarıdan girişimlerle çalışacak ve yeni çözümler geliştirilecek spesifik inovasyon alanları yaratılmalıdır. Girişim iş birliğini, yalnızca bir PR hareketi ya da fırsatı kaçırma korkusuyla yapılan bir eylem olarak değil; kısa ve uzun vadeli hedeflerini gerçekleştirmelerine yardım eden bir varlık, bir araç olmalıdır.

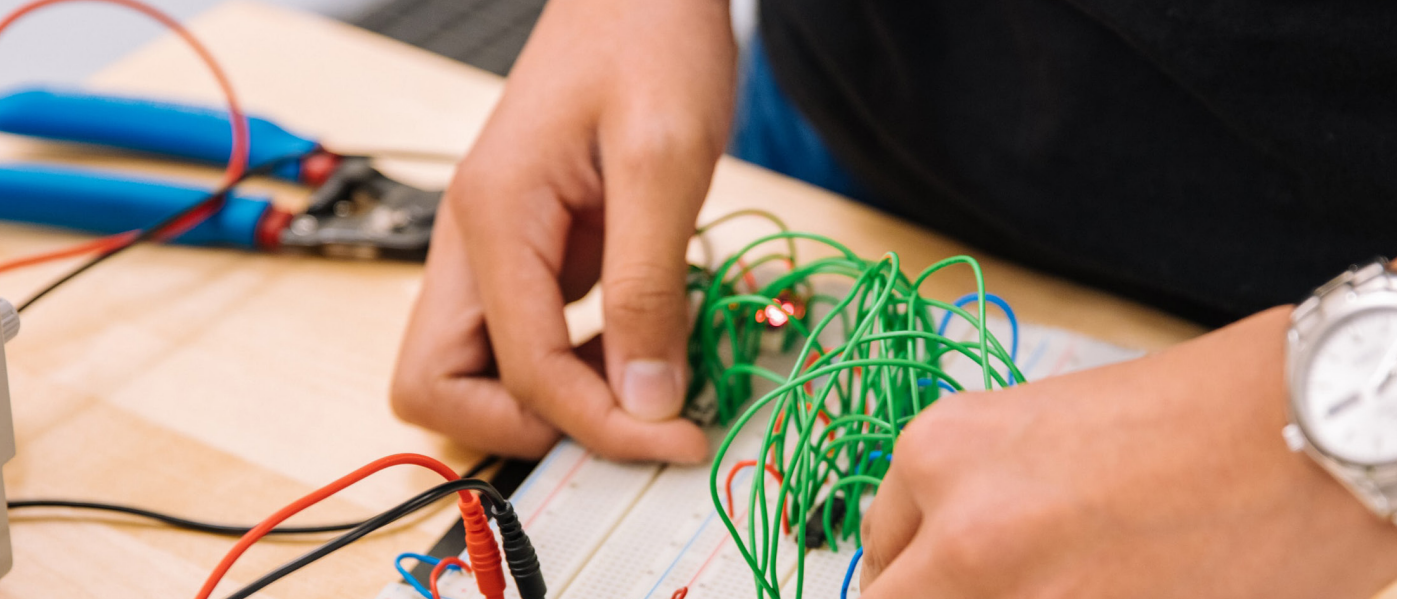
3) İş Birliği Taktiklerini Tartışın

Kurum - girişim iş birliğinin üç ana biçimi vardır: İş Birliği, Satın Alma ve Yatırım. Üst düzey yönetimle şirketin hangisine veya hangilere açık olduğu ve bu ilişkilere ne düzeyde kaynak ayırma yapmaya istekli oldukları konuşulmalı ve karar verilmelidir. Taktik kararına uygun bir organizasyon yapısı ve sorumluluklar ayarlanmalıdır.

4) Organizasyon Oluşturun

Her şirkette bir girişim irtibat rolü atanmalı; bu roldeki, ilişkiyi 'sahiplenecek' ya bir ekip ya da bir birey olabilir. Bu rol yalnızca kurum labirentinde girişime yol göstermekle kalmaz aynı zamanda kilit hissedarları da içeriden etkiler ve çözümleri şekillendirir. Dışarıdaki girişim ilişkileri için bir kontrol kulesi yaratmak, girişimlerin kurum karmaşası içinde kaybolmadığından emin olmak için gereken erken adımlardan biridir.





5) Temas Noktalarını Açın

Seçilen inovasyon alanları ve iş birliği taktiklerine göre uygun kurumsal temas noktalarının geliştirilmesi gerekmektedir. Bu temas noktaları Yarışmalar ve Etkinlikler gibi basit ve geçici olabilir, İnovasyon Laboratuvarı veya Kuluçka Merkezi gibi fiziksel alanlar olabilir, ya da İş Birliği Birimi veya Kurumsal Girişim Sermayesi Ekibi gibi organizasyon yapıları olabilir.

6) Paralel İnovasyon Süreçleri Geliştirin

Girişimleri en etkili şekilde sürece dahil edebilmek için kurumlar bir girişimi hızlıca değerlendirmeye, onunla iletişime geçmeye ve ona gerekli desteği vermeye hazır olmalıdır. En iyi uygulamalar için şirketler dışarıdan gelen başvurular için basit bir süreç, daha kısa gizlilik sözleşmeleri ve satın alma sözleşmeleri, teknoloji/ veri havuzları ve yazılım programlama arayüzü için bir geliştirici program yaratır. Bu adımları atmak girişimlerle çalışmanın maliyetini azaltır, çatışmaları ve kurum-içi beklenmeyen durumları azaltır, seçilmiş bir ortak olarak girişim topluluğu içindeki algıyı iyileştirir.

7) İnovasyon Alanlarına Göre Tarama Yapın

İnovasyon stratejisi kapsamında geliştirilen inovasyon alanlarına göre girişim ekosistemindeki yatırımcı ağları ve teknopark gibi paydaşlar, Startups.watch gibi platformlar ve demo day gibi etkinliklerde tarama yaparak uygun girişimler aranmalıdır. Tarama kriterlerinin net ve spesifik olması, ayrıca ilerleyen süreç ve iş birliği hedeflerinin şeffaf olması taramanın kilit noktalarıdır.

8) PoC'leri Tasarlayın

POC, girişimlerden oluşan son listenizi değerlendirme araçlarının bir parçası olarak kullanılabilir. Pek çok girişim kağıt üzerinde, hatta görüşmelerde uygun bir seçenek gibi görünse de POC girişimin teknolojisini ve/veya sunduğu çözümü sorun alanınızın kendi sınırları içerisinde bir test sürüşüne çıkarmanıza imkan verir. Birkaç girişimle kısa POC deneyleri yürütmek, seçeneklerinizin belirli bir girişime indirilmesine yardımcı olacaktır.

9) Gerekirse MVP'i ile Test Etmeye Devam Edin

POC değerlendirmenizden bir girişimi seçtikten sonra iş birliği çözümündeki temel hipotezler bir Minimum Uygulanabilir Pilotla (MVPI) test etmeye devam edilebilir. MVPI, şirket için iş değerine dair muğlak olmayan bilgiler vermek üzere tasarlanmış hedefe yönelik testler dizisidir. Başarılı pilot iş birlikleri, hızlı odaklanmayı, kapsamlı planlamaya tercih eder. Bir inovasyonun ne kadar iyi çalıştığını değerlendirmeyi hedeflemezler; inovasyonun şirket için ne kadar iyi çalıştığını ölçmeye çalışırlar.

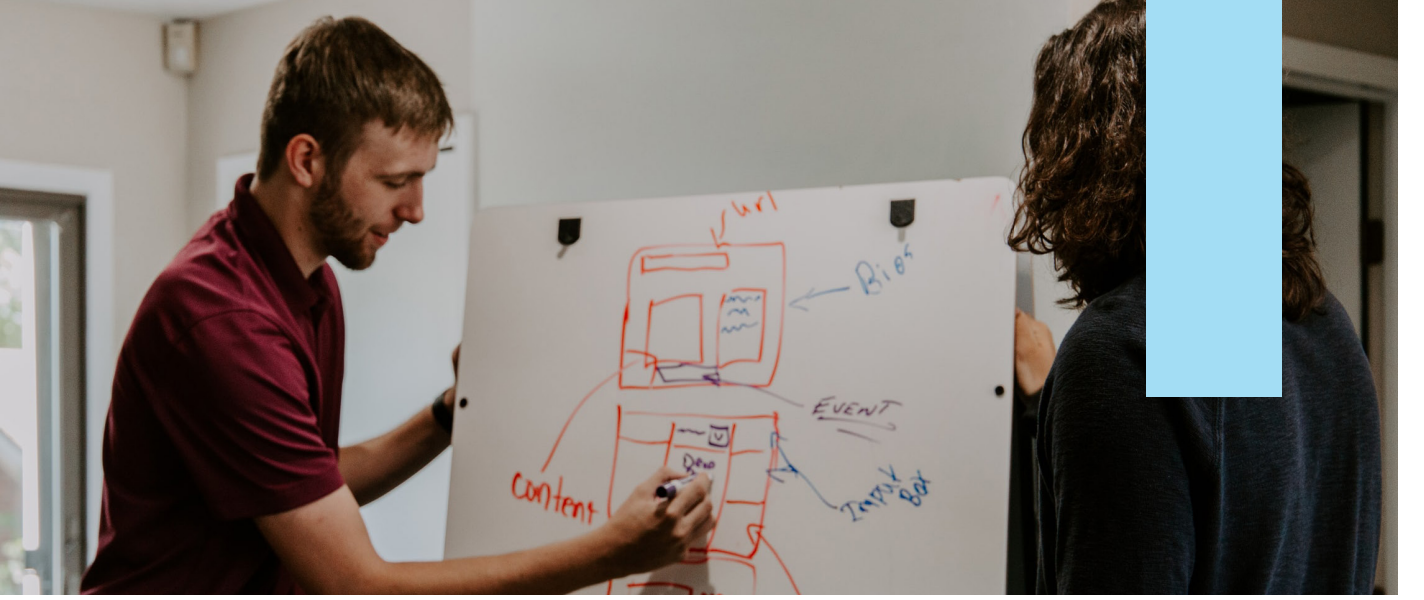
10) Uzun Vadeli İş Birliklerinin Zeminini Kurun

Çözüm potansiyeli hakkında ortak bir karara vardıldıktan ve iç hissedarları da ikna ettikten sonra, hem girişim hem de şirket için bir kazan-kazan durumu yaratan yasal bir anlaşma oluşturulmalıdır. Her iş birliği benzersiz olacaktır, dolayısıyla her anlaşma da. Ancak tüm temel noktaların açık ve tanımlı olduğundan emin olmak önemli olduğu kadar anlaşmanın yalnızca kısa vadeli bir gider tasarrufu değil uzun vadeli bir iş birliğine giden yol olması da önemlidir.



Girişimlere Tavsiyeler





GİRİŞ

Kurumlarla iş birlikleri önemli potansiyeller taşısa da bunu gerçekleştirebilmek için pek çok aşamanın kat edilmesi ve bazı zorlukların üzerinden gelinmesi gerekmektedir. Bu kapsamda girişimler için iş birliği sürecine başlama, iş birliği sırasında hem kendi çıkarlarını göz etmeleri hem de sağlıklı ilişkiler yürütmeleri için öneriler hazırladık.

1. Doğru Kontakt Kişiyi Bulun

Kurumlarda inovasyon çalışmalarından sorumlu farklı kişiler vardır. Öncelikle İnovasyon Yöneticisi, Girişim Sermayesi Direktörü, Dijital Strateji Direktörü gibi unvanlara sahip kişiler doğru kontakt noktaları olacaktır. İkinci sırada Ar&Ge Yöneticisi veya Yeni İş Geliştirme Yöneticileri de bu görevi üstlenebilir. Bu rollerden birinin yanı sıra girişiminizin ürünü/ hizmeti ile ilgilenen departmanlardan kişiler de sürece dahil olacaktır. Karar verme yetkisi olan bu kişi veya kişiler sizin için direk doğru kontakt olmasa da onlarla yakından çalışmanız gerekeceğini unutmanız gerekmektedir.

2. Kurumun Ne İstedğini Net Anlayın

Potansiyel bir iş birliği değerlendirilirken doğru ihtiyaca doğru çözümü sunmak müşteri edinmek için en büyük önceliktir. Kurumun sizinle iş birliğinden beklentisini iyice anlamak ve yetkinlikleriniz ve kaynaklarınız doğrultusunda çözümünüzü karşı tarafa net bir şekilde (genelde kullanım senaryosu ile) anlatmanız oldukça kritiktir. Verilecek vaatlerin yerine getirilememesi sonradan karşılaşılan en önemli riskler arasında yer alır. Tutamayacağınız sözleri vermeyin.

3. Kendinize Güvenin

İş birliğinde kurumları ikna etme en kritik aşamalardan biri olarak karşımıza çıkar. Ancak bu süreç kurumlardan başlamaz. Öncelikle girişiminiz için ailenizi, yakın çevrenizi, arkadaşlarınızı ve sonrasında yatırımcıları ikna etmeniz gerekmektedir. Kurumlarla iş birliği için yapacağınız görüşmelerde yaptığınız işe güvenerek kurumun problemini anladığınızdan ve uygun bir çözüm önerdiğinizden emin olun.

4. Hikayeleştirin

Girişiminizle ne başarmak istediğinizi anlatan bir hikaye kurgulamanız kurumları etkileme şansınızı artırır. Kurumun sizinle neden iş birliği yapması gerektiğini anlatırken sadece ürün ve hizmetinizi anlatmanız yeterli olmayacaktır. Bu iş birliği sizi ve kurumu hangi vizyona taşıyacak, ulaşmak istediğiniz hedef kurum için ne kadar kritik bunu karşı tarafa aktarmanız gerekmektedir.

5. Kazan-Kazan Modeli Kurgulayın

Yaratılan iş birliğinin her iki tarafa fayda sağlaması gerekmektedir. Bu nedenle yapılacak iş birliğinden kurum soyut ve somut neler kazanacak girişim ne kazanacak net bir şekilde ifade edilmelidir. Girişim olarak kurumun bugünkü probleminin çözümüne mi odaklanıyorsunuz yoksa kurumun gelecek stratejilerini gerçekleştirmesine mi destek oluyorsunuz sorusunun cevabını net bir şekilde vermeniz gerekir. Bu iş birliği için nelerden ödün verebileceğinizi de önceden planlamalısınız.



Sonuç



Kurum ve girişimler için iş birliği geliştirmek oldukça zorlu bir süreçtir. Bu nedenle süreci her iki tarafın bakış açısıyla ele almak kritiktir. Bu kapsamda rapor, kurumların ve girişimlerin birbirlerini ve ekosistemi daha iyi anlamalarını sağlamak, her iki tarafın iş birliğine yaklaşımını anlamalarını sağlamak, başarılı kurum & girişim iş birliği örnekleri vererek en iyi uygulamaları anlatmak ve kurumlara ve girişimlere iş birliği için yol haritası ve öneriler sunmak için hazırlanmıştır.

İstanbul Kalkınma Ajansı Covid ile Mücadele ve Dayanıklılık Programı kapsamında desteklenen İş Birliği 4.0 Platformu projesi kapsamında hazırlanan bu çalışmanın yeni girişimler ve kurumlar için iş birliği yapılandırmanın yollarını anlamalarına yardımcı olmasını ve proje özelinde hem kurum hem de girişimler için iş birliği fırsatlarının geliştirilmesine katkı sağlamasını hedefliyoruz.