

DİGİTAL

Dijital Cözümler Dünyası

Üretimin Dijitalleşmesi

Süreç Yönetiminin Dijitalleşmesi

Müşteri Deneyiminin Dijitalleşmesi

Pazarlama ve Satışın Dijitalleşmesi

Finans ve Muhasebenin Dijitalleşmesi

Ürün Yaşam Döngüsünün Dijitalleşmesi

Enerji ve Çevre Yönetiminin Dijitalleşmesi

İnsan Kaynakları Yönetiminin Dijitalleşmesi





CRM üzerine hala yatırım yapmamış firmalar köprüden önceki son çıkışta.

Cloudyflex, esnek, güçlü ve ekonomik iş uygulamalarını Türkiye pazarı ile tanıştırmak amacıyla Satış, Pazarlama, Dijital Pazarlama ve Satış Sonrası Servis süreçleri konusunda 20 senenin üzerinde tecrübesi olan bir ekip tarafından kurulmuştur. Cloudyflex bünyesindeki misyonumuz, beraber çalıştığımız işletmelere en güncel CRM, CX ve dijital süreçleri adapte ederek, bu işletmelerin dünya standartlarında müşteriye dokunan süreçlere sahip olmasını sağlamaktır. Vizyonumuz ise no-code ve low-code çözümlerimiz ile yazılım bilgisine hakim olan veya olmayan her ölçekten firmanın müşteriye dokunan süreçlerini dünya standartına taşımaktır.

Cloudyflex 10 seneyi aşkın bir süredir CRM, CX ve online iş uygulamaları konusunda dünya liderlerinden biri olan Zoho'nun Türkiye yetkili satıcısıdır. Cloudyflex, Zoho Corporation'ın Türkiye'deki en köklü ve en üst seviyedeki (Premium) tek partneridir. Cloudyflex ayrıca Avrupa'daki en güçlü partnerler arasında da yer almaktadır. Cloudyflex Zoho tarafından 2022 yılında "Avrupa Bölgesi Marka Şampiyonu" seçilirken, 2023 yılında ise yine Avrupa Bölgesi Partnerleri arasında verilen "Rainmaker of the Year" ödülüne layık görüldü.



Haluk Çavuşoğlu
Genel Müdür

CRM Sistemlerinin Geleceği: Çoklu Kanal Deneyimi ve Verimlilik

Geçtiğimiz on sene içerisinde CRM alanında sektörün değişimine tanık olduk. Eskiden sadece finansal kaynağa ve kalifiye iş gücüne sahip firmalar CRM yatırımlarına girebilirken, artık günümüzde her firma bütçesine uygun CRM çözümlerine yatırım yapabilmekte. Günümüzde firmaların CRM sistemleri ile bütünleşik olarak kullandıkları yaygın platformlara bakınca Meta Ads, Google Ads, WebChat & Chatbot yapıları, WhatsApp ve benzeri mesajlaşma platformlarının öne çıktığını görüyoruz. Bu ve benzeri platformların bir CRM sisteminden bağımsız kullanılması artık gerçekçi bir yaklaşım değil. Verilerin tek bir merkezde yönetilmesi gerekiyor ve söz konusu müşteriye dokunan süreçler ise bu merkezin CRM olması gerekiyor. Büyümenizi sağlayacak yapılara sahip olmanız yeterli değil, bu yapıların bir CRM sistemiyle bütünleşik bir şekilde çalışması gereki-

yor. Senelerdir bahsettiğimiz “çoklu kanallı deneyimi” çoğu işletme benimsedi, bu konuya önem vermeyen firmalar önümüzdeki yıllarda sıkıntı çekecek gibi gözüküyor.

Bir işletmenin bu kadar fazla veri akışına sahip olduğu başka bir dönem hatırlamıyorum ve bu veri akışının önümüzdeki senelerde artacağını da düşünüyorum. Hatta önümüzdeki 5 ile 10 senelik bir dönemi düşündüğümüzde, CRM kullanmayan firmaların “iş yapamaz bir hale geleceğini” düşünüyorum. Ülkemizde yıllardır CRM sistemleri ölçeğe bağlı bir yatırım olarak değerlendirildi. Fakat artık CRM’in standart bir süreç olduğu oldukça aşikar. Bütünleşik bir şekilde çoklu kanallı deneyim sunan çözümler ve CRM üzerine hala yatırım yapmamış firmaların köprüden önceki son çıkışta olduklarını söyleyebilirim. Fakat hala bu işletmeleri hızlıca CRM anlamında dönüştürebileceğimize inanıyorum.

“Bütünleşik bir şekilde çoklu kanallı deneyim sunan çözümler ve CRM üzerine hala yatırım yapmamış firmaların köprüden önceki son çıkışta olduklarını söyleyebilirim.”

Ülkemizde çalışan maliyeti artıyor, firmaların işe alımlarda daha dikkatli olması gerekiyor ve iş gücünü organize ederken daha akıllıca davranması gerekiyor. Ben burada CRM sistemlerinin firmalara oldukça yardımcı olacağını düşünüyorum. CRM sistemlerinin ülkemizde bazı sektörlerde yanlış anlaşıldığını düşünüyorum. Çoğu firma CRM’e gereksiz bir gider olarak bakıyor ve olabildiğince yatırımını limitlemeye eğilimli oluyor. Bunun yanlış bir bakış açısı olduğunu düşünüyorum. İyi kurgulanmış bir CRM size iş gücü kazandırır ve tasarruf ettirir. Daha az insanla daha fazla iş yapmanızı sağlar. Rutin işlerinizi CRM’in otomasyonuna yaptırmalısınız. Bu sayede çalışanlarınızı daha stratejik konulara odaklayabilirsiniz, böylece yaptığınız işin kalitesi de artacaktır.

Fakat tüm bu saydıklarımı yapabilmek için CRM sisteminizi sektörünüze ve süreçlerinize göre özelleştirebilmeniz gerekmektedir. Burada CRM üzerindeki esnek ve hızlı özelleştirme yapıları oldukça önemli ve önümüzdeki senelerde bu önem, katlanarak artmaya devam edecek. İş dünyası eskisi gibi değil, belli teknolojileri hızlı bir şekilde devreye alabilen firmalar kazanıyor, diğerleri ise takipçi oluyor. Artık bir CRM geliştirmesi yapmak için aylar kaybetmemek gerekiyor. Bir CRM sisteminde “No-code” olarak adlandırdığımız, bir satır bile kod yazmadan yapılabilecek özelleştirmeler çok değerli. Bu sayede birçok CRM projesi hızlıca hayata geçebiliyor. Fakat işin diğer boyutunu da atlamamak lazım. Şirketlerin karmaşık ihtiyaçları da olabiliyor, herşeye “no-code” çözüm bulmak mümkün olmayabilir. Burada da “Low-code” dediğimiz, azami seviyede kod yazarak yapılacak CRM özelleştirmeleri öne çıkıyor. Yani günümüzde ve önümüzdeki uzun dönemi kapsayan süreçte, hem “no-code” hem de “low-code” özelleştirme yapılarını bir dengede sunabilecek CRM platformları doğru tercihler olacak. Türkiye’deki firmaların “no-code” ve “low-code” çözümleri tercih ederken, aşırı uçlarda karar verdiğini görüyoruz. Firmalar burada yeni yeni bilinçleniyor.

Şuan çok popüler bir konu olan yapay zekaya kısaca değinmek istiyorum. Doğru noktalarda kullanılan yapay zeka desteği, iş yapma şeklinizi ciddi anlamda kolaylaştırıyor. İşletmelerin alabileceği en mantıklı aksiyon, yenilikleri takip edip ve yapay zeka bazlı teknolojileri denemek. Fakat dikkat etmemiz de lazım. Konu çok popüler olduğu için kafamızı nereye çevirsek yapay zeka bazlı ürün ve çözüm görüyoruz. Bu kadar çözümün ne kadarı işletmelere gerçekten fayda sağlayacak, bunları zaman gösterecek. Bu yüzden temkinli olmak da lazım, her yapay zeka diye bağırın çözümü kullanmak doğru bir yaklaşım değil.

CRM ve CX bakış açısından bakarsak, OpenAI ve benzeri popüler yapay zeka platformlarıyla hazır veya kolay entegrasyon seçeneklerine sahip olmak önemli. Aslında burada yine CRM sistemleri üzerinde “low-code” yapı öne çıkacak. Sonuçta 3. parti bir yapay zeka platformunu, CRM sisteminize ileri seviyede entegre etmek ve sınırları zorlamak için yazılım esnekliğine ihtiyaç duyacaksınız. Firmaların bu dönemde yapay zeka ile bütünleşik çalışabilecek altyapılara yatırım yapmalarını öneriyorum.



“No-Code” ve “Low-Code” Özelleştirme Yapılarını Birlikte Sunabilecek CRM Platformları Doğru Tercih Olacak

Cloudyflex bünyesinde çoğunlukla Zoho'nun CRM, CX çözümlerini firmalara sunuyoruz. Zoho ürünlerinin hem satışını gerçekleştiriyor hem de proje ve danışmanlık hizmetlerini sunuyoruz. Zoho ürünlerinin güzel tarafı hızlı ve pratik bir şekilde özelleştirilebilmesidir. Bu dinamik özelleştirme yapısı sayesinde, yeterli kaynağa sahip firmalar şirket içerisinde bir CRM geliştirebiliyor. Böyle bir geliştirme sürecine kaynağı veya vakti olmayan firmalar için ise proje ve danışmanlık maliyetleri avantajlı oluyor. Çünkü Zoho CRM ve Zoho CX ailesi içerisindeki ürünlerdeki canlıya geçme sürelerimiz oldukça kısa. Herkese hitap edebildiğimizi düşünüyoruz. Süreci ister içeride ister danışman bir firmayla yönetmek isteyin, iki senaryoda da dünya standartlarında bir çözümü size en ekonomik çerçevede sunuyoruz.

Şirket ölçeğine göre CRM ve CX yatırımlarına da değinmek önemli. Yakın geçmişte CRM sistemleri bu kadar yaygın ve pratik değilken, sadece belli bir çapa erişmiş orta ve büyük ölçekli firmalar tarafından kullanılabiliyordu. Aslında Zoho CRM ürünümüz pazar-daki bu algının kırılmasını sağladı. Zoho CRM yıllardır her ölçekten firmanın kullanabileceği bir CRM deneyimi sunuyor ve halen de aynı deneyim geçerli. Büyük bir firma Zoho CRM'i 600 kişi kullanabilirken, küçük çapta bir firma aynı uygulamayı 10 kişiyle ihtiyacına göre kullanıyor. Buradaki esnek noktamız lisans modellerimiz, küçük firmalar için standart CRM süreçlerini karşılayan ekonomik CRM lisansları sunarken,

büyük firmalar için ise teknik kapasitenin artırıldığı ve yine ekonomik çerçevenin korunduğu CRM lisanslarımız mevcut. Söz konusu CRM veya başka bir CX çözümü olduğunda, küçük firmaların işlerini no-code bir şekilde halletmesini sağlayan, fakat firma ölçeği büyüdükçe süreçlerin "low-code" yapılarla desteklenmediği bir çözüm ailesi ve lisans yapısına sahibiz.

Çözümlerimizin bütünlük olması da müşterilerimize sunduğumuz bir diğer yüksek değer. CX çözüm paketimiz Zoho CRM Plus içerisinde, Zoho CRM'e bütünlük olarak çalışan webchat, chatbot, servis masası, sosyal medya yönetimi, iş zekası, e-posta pazarlaması ve benzeri birçok çözümümüz mevcut. Zoho CRM Plus ile sunduğumuz bütünlük CRM deneyimi ile hem operasyonu tek bir çatı altında toplarken, hem de olası farklı teknolojik lisans maliyetlerini de azaltan bir opsiyon sunuyoruz.

Fakat çözüm sunduğumuz alanlar CRM ve CX ile sınırlı değil. İşletmelerin tüm dijital ihtiyaçlarını karşılayacak olağanüstü derecede ekonomik paketimiz olan Zoho One ürününe kısaca değinmemizde fayda var. Bu paket içerisinde hem CRM, hem CX uygulamaları, hem de şirketinizdeki proje yönetimi, insan kaynakları, finans ve benzeri birçok departmana ihtiyaç duyacakları 40 üzerinde çözüm sağlıyoruz. Ve bu çözümler bütünlük çalışıyor. Özellikle büyümekte olan ve tüm dijital ihtiyaçlarını tek bir platform üzerinde yönetmek isteyen firmaların, Zoho One'dan faydalanmasını sağlıyoruz.



A : İçerenköy Mah., Umut Sokak, Quick Tower/16. Kat, 34752, Ataşehir İstanbul

A : Beştepe, Via Flat İş Merkezi Kat:3, Nergiz Sk. No:7-2, 06560 Yenimahalle Ankara

E : bilgi@cloudyflex.com

<https://www.cloudyflex.com/>

Hizmet Verilen Sektörler



Başarı Hikayesi

“Sizin kendi altyapınızda kuracağınız hiçbir şey Zoho kadar güvenli olamaz”

Zoho Power User Podcast serimizde **Alotech Kurucusu ve CTO'su İdris Avcı'yı** ağırladık. Podcastimizde veri güvenliği üzerine konuştuğumuz bölümün bir kısmı:

“Büyük ölçekli bulut hizmetler veren sağlayıcıları düşünelim. Veri güvenliği orduları çalıştırıyorlar. Yani benim bildiğim ve yakın çalıştığım firmalardan birinde sadece bu konuda 850 mühendis çalışıyor. Ve platformu, 7/24 her anlamda izliyorlar. Böyle bir iş gücüne bizim gibi (orta ölçekli) şirketlerin erişmesi mümkün değil. Bence bu kadar kalabalık, bu kadar platformun yakından izlendiği, takip edildiği bir hizmet kalitesine çıkmamız mümkün değil. Dolayısıyla bence bu işi büyük sağlayıcılara bırakmayı öğrenmemiz lazım. Zaten sektör yavaş yavaş buraya doğru ilerliyor. Bir taraftan da biz bir istihbarat servisine üyeyiz. Bu istihbarat servisi, veri sızıntısı olan konularda bilgi sağlıyor. Oradan gelen haberlere bakıyoruz, düzenli olarak takip ediyoruz. Bizimle ilgili bir sızıntı

haberi var mı yok mu diye bakıyoruz. Şimdiye kadar da hiç olmadı. Bakıyorum ve genelde hep bulut hizmetinden uzak duran ve kendi sistemlerini kuran firmalardan bu sızıntı haberleri geliyor. Dolayısıyla bence bulut firmaların, büyük sağlayıcıların ve bu konuda kalabalık ekip çalıştıran firmaların daha güvenli olduğu aşikar.”



Hizmet Verilen Firma Ölçekleri

