

2017'nin Siber Güvenlik Riskleri

Artık
drone'lardan
bile korkacađız

Sosyal Medyada Raporlama
Nasıl Yapılmalı?

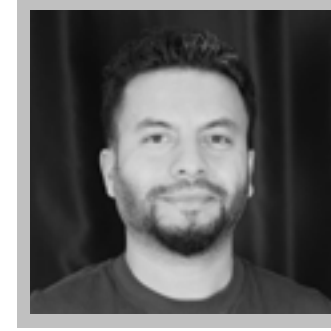
Robotlar da insanlar gibi
vergi ödemeli mi?

İşletmelerin dijital dönüşümünde
yeni bir teknoloji: Konteyner

TECH INSIDE

Haberi her yerde bulabilirsiniz.

Sizin için ifade ettiği değeri burada bulacaksınız.



Hakkı Alkan

Mail: hakkı.alkan@techinside.com

Twitter: hakkı_alkan

“2016’da yaşadığımız büyük şokların ardından, eskisinden daha çok dile getirilen bir söz var; “ihtiyaç duyduğumuz teknolojileri millileştirerek üretmek.” Bu vizyon, girişimcilik ekosistemi için uzun zamandan beri beklenen itici bir güç anlamına geliyor.”

Savunma sanayisinde elde ettiğimiz geliştirmeler ihracata da yansıyacak kadar ciddi bir ilerleme kaydetti. Geleneksel silahların yerini alan teknolojik caydırıcı güç büyük bir değer olarak millileştirilirken, şimdi bu girişimin bir benzerini de sağlık alanında yapmalıyız.

Geçtiğimiz günlerde, Sakarya Üniversitesi’nde “Sağlıkta Bilişim” adında bir konuşma için Teknoloji ve İnovasyon (BilTekin) Öğrenci Topluluğu ile bir araya geldim. Öğrenci arkadaşlarımla paylaştığım sunumda, üstüne basa basa anlatmak istediğim konulardan biri de, sağlık uzmanlarının mutlaka teknokentlerde yer edinmesiydi.

Bir mobil uygulamanın, web sitesinin ya da cihazın nasıl yapılacağı sorun olmaktan çıktı. En önemli ihtiyaç, iyi fikir ve plan. Sağlık alanında bizi bekleyen girişimlerin önü çok açık. Birkaç örnekle bu konuda neler yapılabileceğine göz atalım. Kazalarda yaralanan ve acil yardım bekleyen kişilerin kısa sürede çağrı

yapması çok önemli. alınan önlemlere rağmen yaşanan trafik kazalarında, kazanın şiddetli olması durumunda ilgili kurumları bilgilendiren bir hizmet, şu anda BMW ve Mercedes gibi markalarda özel hizmet olarak sunulurken, bu yeniliği tüm araçlara yayabilecek ve fiyatları daha uygun olan bir girişim neden tutmasın?

Protezlerin hangi mucizeleri gerçekleştirdiğine şahit oluyoruz. Malzeme ve işçilik maliyetleri nedeniyle ihtiyaç sahiplerine ulaştırılamayan protezlerin üç boyutlu yazıcılarla elde edilmesi konusunda hızlandırıcı yapıların ortaya çıkması hiç fena olmazdı. Teknolojinin daha da yaygın kullanılmasıyla beraber çalıştırmaya ara verdiğimiz bazı kaslar var. Teknolojiyle içli dışlı olan kişilerin unuttuğu bu kasları düzenli çalıştıracak spor aletleri hepimiz için iyi bir yatırım olamaz mı?

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) tarafından başlanan ve Sayın Başkan Dr. Ömer Fatih Sayan tarafından desteklenen siber

Teknokentlerde tıp öğrencilerinin ne işi olabilir?

güvenlik çalışmalarının bir benzerini, sağlık üzerinden de planlamakta geç kalmak üzereyiz. Saldırıların topla tüfekle yapıldığı yılları geride bırakırken biyolojik mücadele ve alınabilecek önlemler için sağlık ve teknoloji uzmanlarından oluşan bir ekibin kurulması milli güvenlik politikası açısından büyük avantaj sağladı. Ambulans bekleyen bir hasta için maalesef şehir trafiğinin halen sorun olduğu dönemlerdeyiz. Geliştirilen otonom araçlar, form değiştiren iki tekerli ve akıllı binekler, elektriğin gücünden faydalanan ve etrafı çok iyi algılayan sensörler vasıtasıyla belki de yeni nesil ambulansları ülkemizden dünyaya duyurmalıyız.

Buna benzer yüzlerce fikir hayata geçirilmek veya geliştirilmek için bekliyor. Tek yapmamız gereken şey neye ihtiyacımız olduğunu belirlemek ve ekibi oluşturup desteklemek. Teknokentler, tıp öğrencileri için de en uğrak yerlerden biri olmalı.

İÇİNDEKİLER



18

2017'nin Siber Güvenlik Riskleri

2017, 2016'dan çok daha büyük siber krizlere gebe. Peki 2017'de dünyayı ve şirketleri hangi siber riskler bekliyor?

SDN Bilişim İnternet Yayıncılık
San. Tic. Ltd. Şti Adına Sahibi
Hakkı Alkan
hakki.alkan@techinside.com

Proje Sorumlusu
Gökay Yılmaz
gokey.yilmazer@techinside.com

Grafik Tasarım ve Uygulama
Aynur Yılmaz
aynur.yilmaz@shiftdelete.net

Baskı ve Cilt
Kiraz Medya Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Oruç Reis Mah. Giyimkent Sitesi
Bulvarı 16, Sokak No : 112
Esenler / İSTANBUL

Dağıtım
Etkin Dağıtım Hizmetleri
Pazarlama Ticaret Ltd. Şti.

Yönetim Adresi
Eski Büyükdere Caddesi
Yamaç Sokak No: 6/4
Tel: 212-269 70 87
info@techinside.com
4. Levent/ İstanbul

Aylık, ücretsiz, yerel ve süreli yayın



10

Apple'ın 28. Dünya Geliştiriciler Konferansı'nın yeri ver tarihi belli oldu.



11

Bill Gates, iş dünyasında kullanılan rootların da vergi ödemesi gerektiğini düşünüyor. Peki sizce?



32

Markanız için doğru sosyal ağı mı kullanıyorsunuz?



34

2016 yılında 638 milyon güvenlik tehdidi yaşandı.

Yapay zeka kendi yazılımını üretmeye başladı

Yapay zekanın kendi başına kararlar vererek, kendi başına üretim yapmaya kalkışması, distopik gelecek kurguları içinde yer alan en önemli unsurdur.

Matrix gibi yapay zekayı insan düşmanı olarak gösteren filmlerin çıkış noktası olan yapay zekanın kendi kararlarıyla üretim yaparak insanlığa karşı ürünler geliştirmesi fikrinin ise gerçek olmaya başladığı noktaya ulaşmış olabiliriz.

Microsoft'un, daha hızlı kod geliştirmek için tasarladığı yapay zeka uygulaması DeepCoder, kendi küçük yazılımlarını üreterek tarihi bir dönüm noktasına ulaştığımızı ispatladı.



"Yazılım yaratan yapay zeka: Deepcoder"

Microsoft ve Cambridge Üniversitesi tarafından geliştirilen DeepCoder'ın, incelediği yazılımlardan öğrendiği kodlama becerisini kullanarak, benzer minik programlar üretebildiği hatta başka yazılımların ilgili kodlarını kopyalayarak kendi lehine kullanışlı başka programlar üretebildiği anlaşıldı. Bu yeni yapay zeka, kodlama bil-

gisi gerektirmeden herkesin kendine uygun yazılımları, sadece yapay zekaya isteğini anlatarak geliştirmesini mümkün kılacak. Diğer bir deyişle yakın gelecekte kişiler ve kurumlar, kendi ihtiyaçları doğrultusundaki yazılımları yapay zekadan oluşturmasını isteyecek ve istedikleri uygulama kısa sürede karşısına gelecek.



Tesla 5 Gigafactory kuracak

Şu anda Nevada'da Gigafactory adını verdiği dev bir pil fabrikası kuran Tesla, bu fabrikayla beraber dünyanın Li-ion pil üretim kapasitesini iki katına

çıkarak. Böylece hem kendi otomobillerinin ihtiyaç duyduğu pillere düşük maliyetle ulaşabilecek hem de elektrik enerjisine yönelen dünyanın ihtiyaç duyacağı pilleri üreterek büyük kazanç elde edecek. Tesla şimdi, Gigafactory'nin inşası bitmek üzereyken, yeni Gigafactory'ler kurma planını değerlendirmeye aldı. Tesla'nın planlarına göre, dünyada hızla büyüyen pil talebini karşılamak için dört veya beş yeni fabrika kurmak gündeme gelecek.

Firma şu ana kadar iki yeni fabrikanın lokasyonunu kesinleştirmiş durumda. Üçüncü fabrikanın yeri için de potansiyel noktaları değerlendiriyorlar. Ayrıca toplamda beş fabrika kurma ihtimalini de tartışıyorlar. Elon Musk'a göre, Tesla Kasım ayında, Gigafactory 2'nin inşasına, büyük ihtimalle, Avrupa'da başlayacak. Böylece Avrupa pazarının ihtiyaç duyduğu pilleri üretecek fabrika da hayata geçecek.



Türkiye'deki e-ticaretin yeni markası: SamsungWA

Son dönemlerde Türkiye'ye yönelik etkinliklerini artıran Samsung, yayınlanan son blog yazısı ile birlikte yeni bir girişimi duyurdu. Türkiye'ye özel olarak e-ticaret sitesi açtığını duyuran Samsung, SamsungWA adını verdiği e-ticaret sitesi ile birlikte artık Türkiye pazarında daha etkin bir şekilde yer alacak. Zira markanın şu ana kadar sadece Güney Kore'de yer alan sistemi, Güney Kore'den sonra ilk kez Türkiye'de yer alacak ve bu açıdan da Türkiye adına önemli.

“SamsungWA fark yaratabilir”

Site üzerinden satışa çıkarılacak ürünler cep telefonları aksesuarları üzerine olacak. WA olarak adlandırılan SamsungWA'nın açılımı ise Wearables & Accessories. Bu açıdan SamsungWA ile birlikte marka giyilebilir teknoloji ürünlerine ve aksesuarlarına yönelerek bunların satışını online olarak yapacak. Samsung'un Türkiye'deki yeni girişimi için en dikkat çeken nokta ise satışa çıkarılacak ürünlerin sadece Samsung markası ile sınırlı olmayacak olması.

Arılar yok olduktan sonra insanların sadece 4 yılı kalmıştır.

Arı yerine minik drone

Bilim insanlarının yeni geliştirdiği minik bir drone, arıların görevini üstleniyor ve çiçeklerin polenlerini diğer çiçeklere taşıyor. Böylece bitkilerin üremesini sağlıyor. Japonya İleri Bilimler ve Teknolojiler Enstitüsü'nden araştırmacı Eijiro Miyako'nun ve ekibinin geliştirdiği minik prototip drone, çiçekten çiçeğe konarak, polenlerin çiçekten çiçeğe ulaşmasına yardımcı oluyor. Arıların, çevre kirliliği, iklim değişikliği gibi nedenlerle göç ettiği alanlarda çiçeklerin döllenişini için doğaya salınacak bu robotların binlercesi böylece büyük tarım arazilerinde, meyve bahçelerinde, doğal yaşam alanlarında bitki yaşamının devam etmesine katkıda bulunacak.



“Arıların görevini robotlar üstlenecek”

Albert Einstein'ın “arılar yok olduktan sonra insanların sadece 4 yılı kalmıştır,” sözü, bu minik böceklerin dünya için önemini ortaya koyuyor. Doğadaki çiçeklerin polenlerini taşıyarak üremelerini sağlayan arılar yok olduğunda, hem dünya üzerindeki bitki örtüsü hem de insanoğlunu besleyen tarım faaliyetlerinin büyük hasar alması bekleniyor.

Bitkilerin yok olmasının ardından hayvanların da yok olması için bir iki yıl yetecek ve ardından beslenecek

bitki bulamayan hayvanların da yok olmasından sonra dünyadaki besin kaynaklarını büyük oranda bitiren insanların çok büyük bölümünün açlıktan yok olması bekleniyor. Sadece, yapay ve çok pahalı tarımsal faaliyetlerle hayatta kalmayı başaran, çok küçük ve dışarı kapalı bazı toplulukların dünya üzerinde zor şartlarda yaşamaya devam edebileceği düşünülüyor. Ancak bilim insanları bu kabus senaryonun gerçekleşmemesi için robotları ve yapay zekayı devreye sokmayı planlıyor.



“Pay To Play tutmadı mı?”

Snapchat, reklam çalışmalarında pay to play sistemini belirlerken, reklam alternatifini için alınan raporlar beklentilerin altında kaldı. Mevcut döneme kadar yapılan reklam çalışmaları için aynı zamanda testler de yapılırken, 3 bin 327 kullanıcı için yapılan yeni araştırma beklentilerin ötesinde olan Snapchat için kötü bir tablo çizdi. Snapchat'e yönelik özel bir araştırma Fluent tarafından yapılırken,

araştırma sonuçlarına göre yaş oranı düştükçe reklamların daha fazla atlandığı görüldü. Genel kullanıcılar için yüzde 69 oranındaki bu atlama oranı, kullanıcıların yaş gruplarına göre incelendiğinde çok daha farklı bir durumu ortaya çıkarıyor. Öyle ki yaş aralığı 18-24 olan kullanıcılar için bu oran yüzde 80'lere kadar dayanıyor. Bu da sistemin kullanıcılara çok fazla dokunmadığını gösteriyor. Üstelik

reklam çalışmalarına farklı platform rakamlarına bakıldığında da yüzde 69 (ve hatta yüzde 80) oldukça yüksek bir oran. Snapchat için diğer önemli detay, sistemin çok fazla haber ve bilgi alma amacıyla kullanılmaması. Öyle ki kullanıcıların yarısından fazlası haber ya da farklı bilgi alma kanallarını takip etmeye çok fazla istekli değil. Kullanıcıların Snapchat için en önemli görüşü ve isteği eğlenceli içerik.

Snapchat, reklam hedeflerinin gerisinde kaldı

Snapchat platformu üzerinden daha fazla gelir elde edebilmek adına özel bir plan yürütse de paylaşılan son bilgilere göre bu konuda istenilen seviyeye gelineemedi. Snapchat için paylaşılan son raporlarda, kullanıcıların yüzde 60'ı Snapchat'te görün-

tülenen reklamları hemen es geçiyor ve atlıyor. Böylesine yüksek bir orana ulaşılması ise Snapchat reklam yeniliklerinin kullanıcılar nezdinde çok ilgi çekmediğini ve bu nedenle de reklam platformu olarak Snapchat'in iyi bir seviyede olmadığını gösteriyor.

2017'de işletmeler dijital dönüşüme ağırlık verecek

Yayınlanan son araştırmada, 2017 yılı itibari ile özellikle dijital dönüşüme ağırlık verileceği belirtildi. Bain & Company ile Red Hat ortaklığında yapılan araştırmalar, sektörlerin geleceğe yönelik eğilimleri hakkında bilgi alınmasını sağlarken, bu sonuçlarda özellikle dijital dönüşümde beklentilerin yüksek olduğu görüldü.

For Traditional Enterprises, the Path to Digital and the Role of Containers (Dijitalleşmeye ve Konteynerlere Uzanan Yolda Geleneksel İşletmeler) başlığı ile paylaşılan raporlar ABD'de yapılan araştırmalara dayanıyor. 450 farklı kişi ile yapılan görüşmeler neticesinde önemli çıkarımlar yapılırken, özellikle 2017 itibari ile bulut bilişim, uygulama geliştirme alanına ilgi gösteren firmaların bu çalışmalara yönelim sağlaması ile birlikte ciddi bir dönüşüm yaşanacağı ifade edildi. Fakat raporda en çok dikkat çeken nokta, firmaların dönüşüm için istekli olmasına karşın mevcut durumda yatırımlar ve planlar çok basit düzeyde.

Şirketler üzerinden yapılan incelemelerde özellikle geleneksel firmaların dönüşüm noktasında çok daha geride kaldığı belirtilirken, dijital dönüşüm noktasında çoğu firma henüz ilk aşamada. Sektör liderlerinde ise dönüşüm aşamaları çoktan geride bırakılmış durumda. Bulut sunucular, yapay zeka ve çeşitli otomasyonlar firmaların en önemli iş araçları halinde. Raporda dijital dönüşümü tamamlayan ve önemli bir ilerleme yaşayan firmaların bu geçişin etkilerini net bir şekilde görmeye başladığı ifade edilirken, Pazar payında artıştan daha yüksek operasyonlara ulaşma noktasında önemli bir avantaj yakalıyor.



Amazon'dan yeni servis;



Amazon Web Services (AWS) iş dünyasına yönelik farklı girişimler yaparken, yeni bir gelişme daha duyuruldu. Yapılan resmi açıklamalara göre yeni uygulamanın iş dünyasında fark yaratacağı ve kolaylık sağlayacağı belirtilirken, yeni servisin adı Amazon Chime olarak belirtildi.

“Amazon Rekabete Dahil Oldu!”

Yeni uygulama için yapılan açıklamalarda Amazon'un sektördeki Google Hangouts ve Skype for Business gibi uygulamalara rakip olacağı belirtilirken, bu yeni girişim ile birlikte sektördeki dengelerin nasıl değişeceği ve Amazon Chime uygulamasının piyasadan ne kadarlık bir pay almayı başaracağı merak ediliyor.

“Bulut Tabanlı Sistem”

İş dünyasına yönelik sunulan bu yeni sistemde, bulut tabanlı bir yazılımın kullanılması dikkat çekiyor. Üstelik yazılım aşamasında farklı detayların düşünüldüğü Amazon Chime, farklı platformları destekliyor. Böylece hem masaüstü hem de cep telefonları üzerinden Amazon Chime kullanılması mümkün olacak. İş dünyasının yeni iletişim platformu olarak tanıtılan Amazon'un yeni servisi, kuşkusuz ücretli değil ve aylık 2,50 Dolardan başlayan ödemeler ile üyelik alabilmek mümkün. Ücretsiz kullanımda ise çok kısıtlı imkanlar sunulduğundan dolayı ihtiyaçların tam olarak karşılanması pek mümkün değil. Online toplantı uygulamaları piyasada oldukça ilgi görürken, Amazon yeni uygulaması ile birlikte Amazon'un asıl hedefi bu sektör.

Kağıda dayalı iş kültürüne elveda

E-dönüşüm alanındaki yenilikçi teknolojiler iş hayatını kolaylaştırma yönünde gelişiyor. bireylere ve kurumlara yenilikçi hizmetler sunan E-GÜVEN, geliştirdiği çözümleriyle hayatın her alanına dokunarak fayda sağlamaya devam ediyor. İş süreçlerini daha verimli kılan Sigtific, elektronik ve mobil imza ile imzalama özelliğiyle kurumların mevcut sistemlerine hızlı ve kolay şekilde entegre edilebiliyor. Günler süren imzalama süreçlerini dakikalar mertebesine indiren Sigtific, modüler yapısıyla ön plana çıkıyor. Kurumlar, zaman içerisinde ortaya çıkabilecek ihtiyaçlarına özel olarak seçtikleri Sigtific modülleriyle ek bir yatırıma gerek kalmadan mevcut çözümlerine yeni özellikler katabiliyor.

“Kurumlar tasarruf için” e-imzaya yöneldi”

Ölçek bağımsız tüm işletmelere hitap eden ve ihtiyaca uygun özelleştirilme avantajıyla dikkat çeken Sigtific, banka ödeme talimatları gibi muhasebe ve finans süreçlerinde, insan kaynaklarında, bayi iletişimde, sipariş süreçlerinde, Doküman Yönetim Sistemi ve ERP uygulamaları üzerinden e-imza onaylarında ve toplu imzalamalarda tercih ediyor. Çözüm, web uygulamalarına da kolayca entegre edilebiliyor. Sigtific, Türkiye'de kullanılan elektronik imza uyumlu bütün akıllı kartları otomatik tanıyıp çalışabilmesinin yanı sıra mobil imzayı da destekliyor. Sadece tarih ve saat bilgisine ihtiyaç duyulan projelere de yasal olarak geçerli olan zaman damgası entegre edilebilmesine olanak sağlayan ürün, Türkiye ile birlikte Kıbrıs regülasyonlarına da uygun bir çözüm olmasıyla öne çıkıyor.



Facebook iş ilanları yayınlayacak

Facebook'un LinkedIn ile rekabetinde yeni bir döneme giriyoruz. Zuckerberg'ün sosyal medya servisi, şirketlere iş ilanlarını yayınlatabilecekleri yeni bir mekanizma sunmaya başladı. Şirketlerin Facebook sayfasında yayına başlayan yeni bölüm ile o şirketlerde açık olan iş pozisyonları sıralanıyor. Böylece söz konusu şirkette işe başvurmak isteyenler hangi pozisyonların açık olduğunu Facebook sayfasından görebiliyorlar.

“İşe başvurmak için Facebook”

Yeni özellik ilk olarak ABD ve Kanada'daki şirketler için devreye girmiş durumda ancak kısa süre sonra tüm dünyaya açılacak. Bu özellikle yayınlanmış bir iş ilanına başvurmak da, sadece bir tuşa basarak gerçekleşiyor. Facebook, başvuru formundaki tüm detayları, kullanıcının kişisel bilgilerinden alara otomatik dolduruyor. Kullanıcılar dilerlerse değiştirmek istedikleri detaylara müdahale edebiliyorlar. Facebook'un bu yeni hamlesi, giderek güç kazanan ve özellikle iş dünyasına yeni atılan genç yetişkinleri kendine çeken LinkedIn'e karşı bir adım olarak kabul ediliyor.



Yahoo'nun fiyatı yine düştü

Verizon'a satış işlemleri devam eden Yahoo'nun fiyatı, yeniden düştü. Yaşadığı önemli dijital saldırılar sırasında gerekli önlemleri almayan ve önemi açıklar oluşturan Yahoo'ya Verizon tarafından teklif edilen 4,83 milyar dolarlık satın alma fiyatında 230 milyon dolarlık düzenleme yapıldı.

Yahoo hata yaptıkça fiyatı düşüyor Buna göre, Verizon Yahoo'ya 4,6 milyar dolar ödeyecek. Verizon, bu fiyat düzenlemesi hakkında henüz bir açıklama yapmadı ancak firmanın 1 milyar dolarlık bir indirimin peşinde olduğu da dile getiriliyor. Yahoo tarafı ise 230 milyon dolarlık indirimi kabul etmiş durumda. 2016'nın sonu-

na doğru ortaya çıkan dijital saldırı detaylarına göre, Yahoo'nun sunucularına giren hacker'ların 1 milyar kullanıcının verilerini çaldığı anlaşılmıştı. Bunun üzerine Verizon, marka değeri ve güvenilirliği hasar alan Yahoo'ya yaptığı teklifi revize edeceğini açıklamıştı.

Toshiba'nın CEO'su istifa etti

Japon elektronik devi Toshiba'nın CEO'su Shigenori Shiga şirketin 3,4 milyar dolar zarar açıklamasından saatler sonra istifa ettiğini duyurdu. Şirketin ayrıca ABD'deki, nükleer reaktörlerden 6.3 milyar dolar daha zarar ettiğinin ortaya çıkması, Shigenori Shiga'nın istifasını hızlandırdı.

Bu ağır zararlardan sonra ekonomik analistler, şirketin geleceğinin riske girdiğinin de altını çiziyor. Shigenori Shiga ise, "bu ağır kayıpların yönetim sorumluluğunu üstlenmek" adına istifa ettiğinin de altını çizdi. Açıklanan zarardan sonra şirketin hisse senetleri %9 değer kaybederken, Aralık ayından bu yana borsadaki değer kaybı %50'yi buldu. Yani şirketin değeri sadece bir buçuk ayda yarıya indi. Toshiba'nın bu ağır kayıplardan sonra, yeni CEO ile özellikle nükleer sektörden çıkması bekleniyor.



Volkswagen, Mobileye sensörleri kullanacak

Alman otomotiv devi Volkswagen, akıllı otomobiller için sensör sistemleri üreten Mobileye ile işbirliği yapacağını duyurdu. Volkswagen'in açıklamasına göre şirketin otomobilleri 2018'den itibaren Mobileye sensörleri ile fabrikadan çıkacak. Mobileye'in kamera tabanlı navigasyon ve harita servislerini kullanacak olan Volkswagen böylece çarpışma uyarıları, akıllı sürüş teknolojileri gibi konularda daha avantajlı otomobiller üretebilecek.



Mobileye ürünleri, aralarında Audi, BMW, General Motors, Ford ve Tesla'nın da olduğu bir düzine otomobil üreticisi tarafından kullanılıyor. Mobileye sayesinde Volkswagen otomobillerinde Road Experience Management (REM) adı verilen yeni bir akıllı sürüş teknolojisini kullanıma alacak. REM sayesinde otomobil ön tarafında bulunan kameradan gelen verilerle, çevresindeki alanın anlık olarak yüksek çözünürlüklü haritasını çıkaracak. Böylece daha emniyetli bir sürüş için gerekli verileri elde etmiş olacak.

Uber, Asya'da haritalama yapacak

Uber, büyük ölçekli haritalama projesi üzerinde uzun zamandan beri ciddi bir şekilde çalışmalarını sürdürürken, Asya'ya da açılma kararı alan Uber, şimdi Singapur'un sokaklarını haritalamaya başlayarak bu projenin de startını vermiş olacak.

Uber tarafından yayınlanan yeni blog yazısı ile birlikte firmanın bu konudaki amaçlarını öğrenebilmek mümkün olurken, Uber'in projesinin en önemli bölümü trafiğin daha iyi bir şekilde tanınması olacak. Uber sistemi için trafik durumunu öğrenilmesi büyük bir kolaylık sağlayacağı gibi sürücülerin nereden yolcu olabileceği, nerelerde Uber faaliyetlerinin daha iyi bir şekilde sürdürülebileceği yeni proje sayesinde çok daha kolay olacak. Yapılan resmi açıklamalarda Uber yeni proje sayesinde sistemin daha da geliştirilmesinin amaçlandığı belirtildi. Uber tarafından Kanada, ABD, Meksika, İngiltere, Güney Afrika ve Avustralya'ya yönelik yapılan çalış-



malara benzer bir şekilde yürütülecek bu yeni projede Singapur'un üç ay içerisinde tamamen haritalandırılması bekleniyor. Uber ilk olarak 2015 yılında harita odaklı bir çalışmanın ilk adımlarını atmış ve özellikle Google'dan iki yönetici kiralarak sistemin temellerini iyi bir şekilde atmayı başarmıştı.

Lenovo, son çeyrek mali raporunu açıkladı

IBM'in laptop bölümünü satın aldıktan sonra piyasadaki payını hızla büyüten Lenovo, 2016 mali yılının son çeyreğine dair raporunu da yayınladı. Bilgisayar ve sunucu alanında, Moto markası ile de telefon pazarında hızla büyüyen Lenovo, bugün 2016 yılının son çeyreğine (Ekim – Kasım – Aralık) ait mali rapor verilerini açıkladı. Bilgisayar pazarında %22.4 oranında pazar payı ile dikkat çeken teknoloji devi, küresel ekonominin devam eden belirsizliklerine rağmen son çeyrek rapor verilerinde oldukça sağlam bir performans gösterdi.

Son çeyrekte Lenovo'nun PC ve akıllı cihaz pazarında satışları bir önceki yıla göre %2 oranında artarken bir önceki çeyreğe göre ise bu alanlarda %10.2 oranında büyüme kaydedildi.

Özellikle Kuzey Amerika pazarındaki ciddi oranda büyüme gerçekleştiren Lenovo, geçtiğimiz yıla göre %14 artırdığı sevkiyatıyla, bu çeyrek boyunca 15.7 milyon PC sevkiyatı gerçekleştirdi. Bu veriye göre Lenovo'nun büyümesi, aynı dönemde pazardaki rakiplerinin yaşadığı %2 oranındaki düşüş göz önüne alındığında 4 puanlık bir artışı işaret etti.



"Tablet pazarında %10 büyüme"

Lenovo tablet pazarında da geçtiğimiz yıla göre %10 oranında artarken, piyasanın durumuyla karşılaştırıldığında ise bu artış 29 puana çıkıyor.

Akıllı telefon değerlendirmesinde de gelişimini sürdüren Lenovo bu çeyrekte 2.2 milyar dolarlık bir satış grafiği yakaladı ve satışlar bir önceki çeyreğe göre %7 oranında artış gösterdi.

Özellikle gelişmiş ülkelerde çok önemli bir büyüme gözlenirken, Moto Z lansmanı öncesinde pazara sunulan Moto G sevkiyatı geçtiğimiz yıla göre %12 arttı.

Samsung'un patronunu tutukladılar

Güney Kore'de, dev şirketlere kadar uzayan siyasi kriz, Samsung'un patronunun tutuklanmasıyla yeni bir düzeye ulaştı. Güney Kore'de savcılar, ülkenin başbakanın iş adamlarından rüşvet talep ettiği suçlamasıyla başlattığı soruşturma geçen yılın sonunda Samsung'a kadar uzanmıştı. Samsung'un defakto başkanı kabul edilen, şirketin kurucusunun torunu Lee Jae-yong, savcıların soruşturması ve mahkemede görülen davaların sonucunda, şirket adına menfaat edinmek amacıyla ülkenin başkanına rüşvet vermek suçlamasıyla tutuklandı.

"Tutuklu yargılanacak"

Daha önce tutuklamanın gerekli olmadığına hüküm veren mahkeme, ortaya çıkan yeni delillerin ışığında tutuklamanın gerekli olduğuna karar vererek, ünlü iş adamının dava boyunca hapsedilmesine karar verdi. Şirketin resmi başkanı olan, Lee Jae-yong'un babası, geçirdiği ağır



hastalık sonrasında şirketi yönetemeyecek durumda ve hastanede olduğu için, tüm kararları oğlu Lee Jae-yong alıyor ve imzalıyor. Savcılar Lee Jae-yong'un, Güney Kore Başkanı'nın kurduğu vakfa yaptığı 37 milyon dolarlık bağışı rüşvet olarak niteliyorlar ve bunun karşılığında başkandan şirket adına önemli avantajlar talep ettiklerini dile getiriyorlar. Elbette bu davanın sonucunda sadece Samsung başkanı değil, pek çok büyük Güney Kore şirketinin yöneticileri ve Güney Kore devleti başkanının mahkum olması söz konusu.



Apple, dünyanın en yetenekli geliştirici topluluğuna ev sahipliği yapan 28. Dünya Geliştiriciler Konferansı'nın (WWDC) San Jose'deki McEnery Kongre Merkezi'nde gerçekleştirileceğini duyurdu.

“Geliştiriciler Cupertino'ya akacak”

WWDC'de her yıl dünyanın dört bir yanından gelen çok sayıda yetenekli geliştirici, Swift gibi programlama dillerinden SiriKit, HomeKit, HealthKit ve CarPlay gibi çığır açan geliştirici API'larına kadar, Apple'ın sunduğu devrim niteliğindeki platform teknolojileri hakkında bilgi ediniyor. Bu Apple teknolojileri, geliştiricilere müşterilerin hayatlarının her yönü için inanılmaz deneyimler yaratmaya devam etmeleri ve bir milyardan fazla aktif Apple aygıtıyla müşterilerin akıllı evlerini, araçlarını, sağlıklarını ve daha birçok şeyi yönetme şeklini iyileştirmeleri konusunda ilham veriyor. Apple'ın Cupertino'daki yeni merkezine birkaç dakika uzaklıkta düzenlenecek WWDC 2017, geliştiricilere konferans boyunca 1000'den fazla Apple mühendisiyle tanışma ve onlarla görüşme fırsatı sunacak.

5-9 Haziran'da düzenlenecek konferans, tutkularını yeni ve muhteşem inovasyonlara ve müşterilerin her gün iPhone, iPad, Apple Watch, Apple TV ve Mac'te kullanacakları uygulamalara dönüştürmeleri için her alandan geliştiricilere ilham verecek.

“Şehrin otellerinde yer kalmayacak!”

McEnery Kongre Merkezi, hepsi yürüme mesafesinde bulunan harika oteller, restoranlar ve eğlence seçenekleriyle binlerce katılımcının bulunduğu bir merkez olacak. Apple, açılış konuşmaları, buluşmalar, oturumlar ve geliştiricilere yönelik laboratuvarların yanı sıra, San Jose belediyesi ve yerel işletmelerle birlikte çalışarak WWDC'nin geri dönüşünü hafta boyunca San Jose'nin çeşitli yerlerinde çok özel deneyimlerle kutlayacak. Geliştiriciler bu ilkbaharda biletler için başvuru yapabilecekler. Konferans, Apple Geliştirici web sitesinde (developer.apple.com/wwdc) ve iPhone, iPad ve Apple TV için WWDC uygulamasında canlı olarak yayınlanacak.

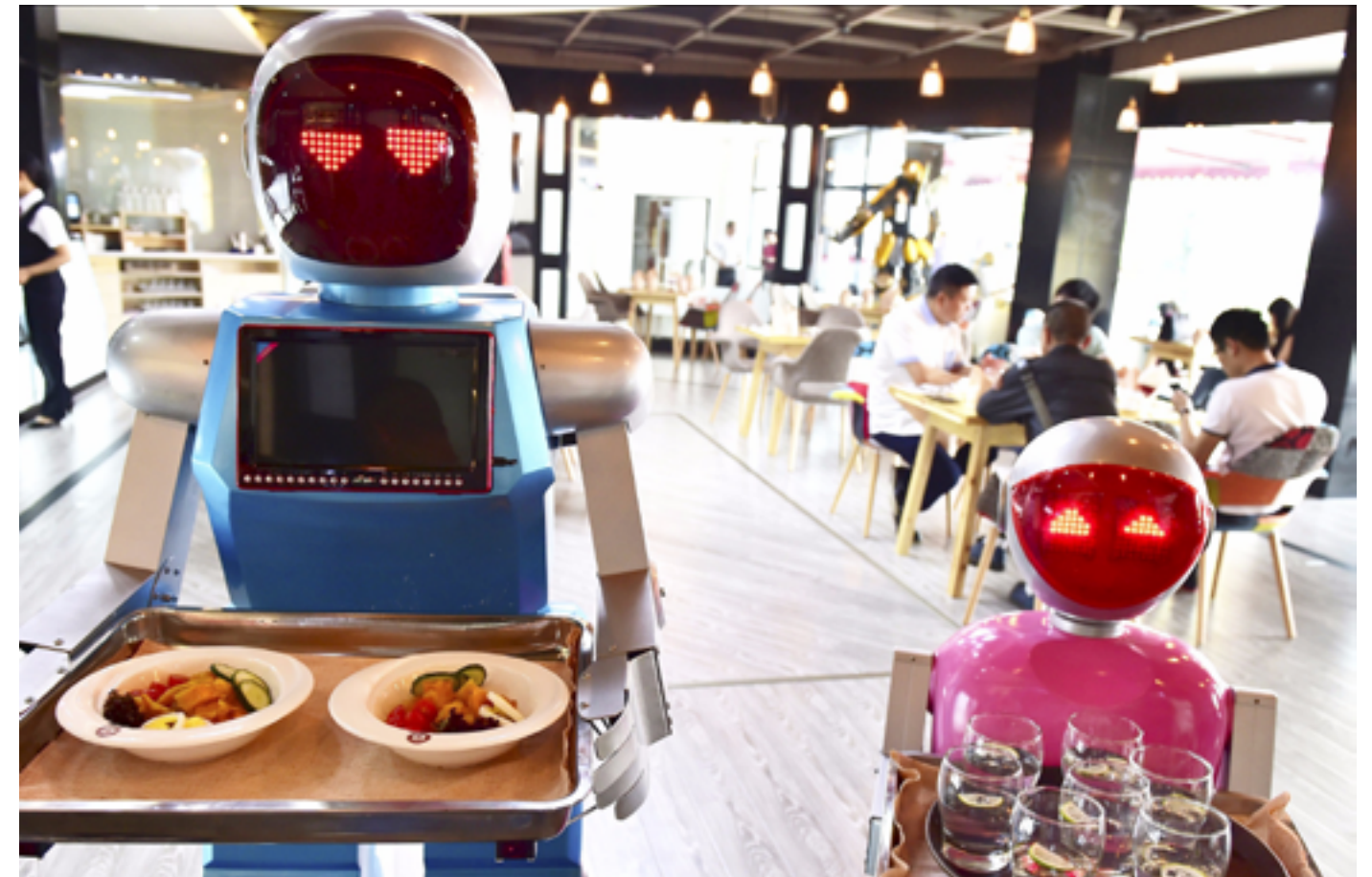
Robotlar insanların işlerini elinden almak için hazırola bekliyorlar ama bu gelişme çalışanlar kadar devletler için de büyük bir sorunu beraberinde getiriyor: Vergi kaybı

İnsanların işlerini elinden alan robotlar konusunda şimdi yeni bir tartışma gündemde. Taksicilerin, market görevlilerinin, kargocuların ve daha birçok iş alanındaki insanların işlerini üstlenerek insanları işsiz bırakacak olan robotlar, insan çalışanların ödediği vergiyi de ödeyecek mi? Vergi, toplumun ayakta kalması ve devletin hizmetlerini eksiksiz sağlayabilmesi için en önemli araç. Ancak ne var ki, vergi ödeyen insanlar iş hayatından çekilip yerine robotlar geçtiğinde, devletler için çok önemli bir vergi kaybı yaşanacak. Microsoft'un kurucusu Bill Gates şimdi bu konuya zihnini yoruyor. Gates'e göre, robot çalışanların da, aynı insan çalışanlar gibi vergi ödemesi gerekiyor.

Peki robotlar da vergi ödeyecek mi?

“Vergi kaybı muazzam”

Bu sayede hem insan yerine robot çalıştırmanın avantajı azalacağı için insanların işini kaybetmesi daha zorlaşacak, hem de robotların vergilerinden elde edilecek gelir, işini kaybedenlerin hayatlarını düzene koymak için gerekli sosyal harcamalarda kullanılabilir. Bu da insan çalışanlardan robot çalışanlara geçişin daha yumuşak olmasını sağlayacak. Vergi konusu robotlaşma alanında özellikle ABD'nin en büyük kabusu olabilir. Recode'un yaptığı araştırmaya göre, ABD'deki iş günün yaklaşık yarısı önümüzdeki 10 yıl içinde işlerini robotlara kaptırma riski yaşıyor. Bunun da ABD'deki vergi gelirlerine vereceği yıllık zararın 2,7 trilyon dolar olması bekleniyor. Öte yandan vergi gelirlerindeki zarar sadece devletin doğrudan çalışanların maaşından aldığı vergiden kaynaklanmıyor. İnsan çalışanlar, elde ettikleri gelirle, ekonomide alışveriş yoluyla katma değerli vergi oluşmasını sağlıyorlar. Robotlar para kazanmaya başladığında ise bu katma değer vergisinde büyük bir düşüş yaşanacağı tahmin ediliyor.





Snapchat halka arz için beklentilerini arttırdı

Snapchat için son dönemlerin en önemli gündemi halka arz. 2016 yılında yapılan başvurular ile birlikte halka arz sürecini resmen başlatan Snapchat'ın bu konuda beklentilerinin yüksek olduğu öğrenildi. Yapılan son açıklamalarda halka arz ile birlikte markanın 22 milyar dolar değerlemeye ulaşmasının beklendiği açıklanırken, bu rakam oldukça dikkat çekti.

“Snapchat Halka Arz Toplantıları Yapacak”

Firma tarafından yapılan açıklamalarda 1 Mart tarihine kadar toplantıların yapılacağı belirtilirken, bu toplantılarda yatırımcılar ile birlikte bir araya gelecek Snapchat yetkilileri yatırımcıları daha fazlası için ikna etmeye çalışacak. Konuyla ilgili yapılan değerlendirmelerde hedeflerin tutturulamayacağı ve markanın maksimum 19 milyon dolarlık bir değerlemeye ulaşacağı söyleniyor. Son dönemlerde iyi bir çıkış yakalamasına rağmen Facebook ve Instagram gibi sosyal medya sitelerine Snapchat özelliklerinin eklenmesi, markanın rakamlarının düşmesine yol açtı.

“Hedef Minimum 200 Milyon Hisse”

Snapchat için bu değerlemeye ulaşılması adına hedeflenen hisse senetlerinin de satılması gerekiyor. Markanın bu konudaki hedefi ise minimum 200 milyon hisse satışı. Tahminler ise 200 ile 230 milyon hisse senedinin satılması. Fakat bu konuda oldukça zorlu bir sürecin beklendiği söylenebilir. Zira hisse senetleri için fiyatların 14 dolar seviyelerinde olması bekleniyor ve bu alımda kişileri zorlayabilir.

Emlak sektöründe e-ticaret girişimi:

2016 Eylül ayında Sina Afra önderliğinde Can Günay ve Aziz İhsanoğlu tarafından, yerli ve yabancı yatırımcıların da katkılarının alınmasıyla kurulan Evtiko, Türkiye gayrimenkul sektörüne teknoloji altyapısını kullanarak yenilikçi bir bakış açısı getirmeyi amaçlıyor. Şu anda 50 milyon TL'lik bir değerlemeye sahip olan şirket, Rocket Internet ve kurucusu Oliver Samwer, Avi Alkaş, Esin Güral'ın da içinde olduğu bir yatırımcı grubu tarafından yatırım aldı.



“Gayrimenkul satışında devrim: 72 saatte satış”

Mülk sahiplerinin evlerini birkaç adımda, 72 saatten başlayan çok kısa bir süre içerisinde, kolayca satabilmesine olanak tanıyan Evtiko'nun sistemi şöyle işliyor:

Satmak istenilen evle ilgili bilgiler internet sitesindeki form doldurularak veya çağrı merkezi üzerinden Evtiko'ya iletiliyor. Bu bilgiler, kullanılan güncel veri algoritmaları ve SPK lisanslı gayrimenkul uzmanlarının yerinde incelemesi sonucu 48 saat içinde bir teklif veriliyor. Satıcı kabul ederse, en erken 3 gün içinde olmak şartıyla, evin boşaltıldığı gün ödemesinin tamamını alıyor.

Apple, yüz tanıma start-up'ını satın aldı

Apple'dan sızan bilgiler, iPhone üreticisinin yüz tanıma teknolojileri konusundaki açığını kapamak için, bu alanda faaliyet gösteren bir start-up'ı satın aldığını söylüyor. Satın alma şimdilik basına açıklanmış değil ve anlaşmanın şartları da gizli tutuluyor ancak “birkaç milyon dolar” civarında olduğu tahmin ediliyor.

İsraili şirket artık Apple'ın

İsrail temelli bir şirket olan RealFace ise geçtiğimiz günlerde web sitesini kaldırarak, bu söylentilerin doğru olduğu şüphesini güçlendirdi. Apple'ın, yüz tanıma teknolojisine sahip bazı şirketleri satın almak konusunda hevesli olduğu biliniyor. Hem kimlik doğrulama amacıyla hem de birçok farklı uygulama



için yüz tanıma büyük önem taşıyor. Apple, şifre içermeyen iPhone oturma açma işlemleri için parmak izi okuyucularına olan bağımlılığını azaltmak için de yüz tanıma teknolojisine ihtiyaç duyuyor.

Sabancı Holding CEO'su değişti

TeknoSA'yı da bünyesinde barındıran, Türkiye'nin en köklü holdinglerinden Sabancı Holding'in, 2010 yılında göreve gelen CEO'su Zafer Kurtul, görevden ayrıldığını duyurdu. İstifanın ardından Sabancı Holding'ten yapılan açıklamaya göre, boşalan CEO koltuğuna Mehmet Göçmen atandı.

“Şirketimiz Yönetim Kurulu'nun 20 Şubat 2017 tarihindeki toplantısında;

Zafer Kurtul'un H.Ö. Sabancı Holding A.Ş Chief Executive Officer'lık görevinden 30 Mart 2017 tarihi itibarıyla kendi isteği doğrultusunda ayrılma talebinin kabulüne; aynı tarihten geçerli olmak üzere Mehmet Göçmen'in

H.Ö. Sabancı Holding A.Ş.'ye Chief Executive Officer olarak atanmasına karar verilmiştir. Sabancı Holding Chief Executive Officer'lığı görevine atanan Mehmet Göçmen, Galatasaray Lisesi ve 1981 yılında Ortadoğu Teknik Üniversitesi Endüstri Mühendisliği bölümünden mezun olduktan sonra 1983 yılında Syracuse Üniversitesi'nde Endüstri Mühendisliği bölümünde Yüksek Lisansını tamamlamıştır.” Sabancı Holding, bünyesinde yaygın teknoloji marketleri TeknoSA da dahil olmak üzere çok sayıda önemli şirketi barındırıyor.



Dijital dönüşümde veri merkezlerinin rolü artıyor

Bulut bilişim, büyük veri ve nesnelerin interneti gibi son yılların en önemli trendleri, dijital dönüşümün önemli birer parçası olarak işletmeler için zorunluluk halini almaya başladı. İşletmeler, en uygun koşullarla en yüksek performansı elde ederek veri temelli dijital iş alanlarında başarılı olmayı hedefliyorlar. Bu zorlu hedeflere ulaşmak içinse esnek, yüksek performans sunan ve maliyetlerin karşılanabilir olduğu yazılım tanımlı veri merkezi altyapılarına ihtiyaç duyuluyor.

İşletmelerin, dijital dönüşümüne ev sahipliği yapabilecek yazılım tanımlı veri merkezlerinden talep etmesi gerekenleri Radore Kurucu Ortağı ve Yönetim Kurulu Başkanı Zeki Kubilay Akyol şu şekilde sıralıyor:

Esnek ve düşük maliyetli altyapı. İşletmelerin iş kritik uygulama sayısının her an artabileceği ve daha büyük ölçekte çalışma ihtiyacı duyduğu bir döneme girildi.

Bu nedenle maliyetlerin erişilebilir kaldığı esnek yapılar ihtiyacı duyuluyor.

Birden fazla bulut sağlayıcısına uyum.

Yeni dijital işler, birden fazla bulut sağlayıcısında depolanan, işlenen verilerin aynı anda yönetilmesi ve ortaya verimli sonuçlar çıkarılmasını zorunlu kılıyor. Yeni bir veri merkeziyle çalışırken de işletmelerin, aynı anda operasyonlarını yürütebileceği yapılar kurması gerekiyor.

Veriye dayalı hizmet yönetimi. Daha etkin yönetim ile operasyonel maliyetlerin azalmasının yanı sıra kaynakların doğru kullanımı, işletmelerin kendi işlerine odaklanmasını sağlıyor. Bu yönetim fırsatı ise yazılım tanımlı veri merkezleri ile mümkün oluyor.

Artan tehditlere karşı iş kritik güvenlik. Günümüzde işletmenin en değerli varlığı olan verinin korunması için

her zaman güncellenen yapılar ihtiyacı duyuluyor. Veri kaybı ya da hayati önem taşıyan işlerin devamlılığı için kesintisiz hizmet veren veri merkezlerinin önemi artıyor.

Akyol'a göre, dijital dönüşümü desteklemek için işletmelerin öncelikle BT altyapılarını nasıl dönüştüreceklerini göz önünde bulundurmaları gerekiyor. Bu sayede işletmelerin ve Türkiye'nin rekabette öne çıkabileceğini belirten Akyol, dijitalleşmenin getireceği ekonomik kalkınmaya dikkat çekerek, "Booz&Company'nin verilerine göre bir ülkenin dijitalleşme skorundaki yüzde 10'luk artış gayri safi milli hasılanın yüzde 0,75 oranında artmasını sağlıyor. Bu nedenle dijitalleşme ile büyük veri, bulut bilişim, mobilite, sosyal uygulamalar gibi trendleri kaçırmamamız gerekiyor," uyarısında da bulunuyor.

Boeing uzay taksisini 3D yazıcı ile üretecek

Boeing tarafından 2018 yılına yönelik yapılan planlarda özellikle uzaya gönderilmek istenen uzay taksisi oldukça dikkat çekiyor. Boeing tarafından bu konuda yapılan çalışmalarda uzay taksisi için üretim aşamalarına geçildiği belirtilirken, çalışmalarda 3D yazıcıların kullanılması projenin daha fazla dikkat çekmesini sağladı. Öyle ki kapsül şeklinde hazırlanacak taksiler için üretimde 3D yazıcı desteği alan Boeing, taksidaki 600'ü aşkın parçası bu şekilde elde edecek. 3D yazıcıların tercih edilmesindeki en önemli sebeplerden birisi ise uzun vadede maliyetlerin uygun olması. Bu bakımdan uzak taksisi projesinde başarıya ulaşılması halinde seri üretime geçilmesi ya da benzer projelerde 3D yazıcılar ile kusursuz bir şekilde üretim hedefleniyor.



Starliner Yükseliyor!

Boeing projesi için geliştirilen uzay taksisine Starliner adı verildi. Yapılan çalışmalar ile birlikte Starliner gidecek son haline yaklaşırken, üretimlerin sonunda 3 adet kapsülün çalışır hale getirileceği belirtildi. Çalışmalarını NASA ile yaptığı anlaşmalar dahilinde yürüten Boeing için bu projenin başarıya ulaşması büyük bir önem taşıyor. Uzay yolculukları için taksilerin geliştirilmesi yeni ve büyük bir dönemi başlatacağından dolayı, projenin tüm aşamalarında titizlikle çalışmalar sürdürülüyor. 4.2 milyar dolarlık anlaşmayı geçtiğimiz dönemlerde duyuran NASA ve Boeing, bu kapsamda tüm dünyayı yakından ilgilendiren bir proje için de harekete geçmiş durumda.



Sadece birkaç ay önce kurulan şirket

Argon AI, sadece birkaç ay önce, Google'ın otomobil çalışmalarında kendini tanıtan Bryan Salesky ve Uber mühendisi Peter Rander tarafından kurulmuştu.

İki şirketin yöneticileri satın almanın tam fiyatlaması hakkında bilgi vermektan kaçındılar ancak "1 milyar doların üzerinde" olduğunun altını çizdiler. Böylece sadece birkaç ay önce kurulmuş olan bir start-up'ın 1 milyar doların üzerinde satılmasıyla Silikon Vadisi'nde yeni bir rekor kırılmış oldu.

Ford, yapay zeka şirketine 1 milyar dolar yatırdı

ABD'li otomotiv üreticisi Ford, Silikon Vadisi temelli bir start-up olan Argon AI'nin çoğunluk hisselerini satın aldı. Argon AI için 1 milyar dolar ödeyen Ford böylece otonom sürüş teknolojileri alanında önemli bir avantaj elde etmiş oldu. Ford'un açıklamasına göre, satın almanın ardından, otonom sürüş alanında çalışan Ford mühendisleri ile robotlar konusundaki çalışmaları ile öne çıkan Argon AI'nin çalışanları aynı ekipte çalışacaklar.



2017'nin Siber Güvenlik Riskleri

2016, Siber Güvenlik'in hayati bir sorun olduğunun tüm dünya tarafından anlaşıldığı bir yıl oldu. Dünyanın süper güçlerini savaşın eşiğine kadar getiren siber saldırılar sonrasında ülkelerin başkanları medya önüne geçerek, "bu saldırılara cevap verilecek," açıklamalarında bulunmak zorunda kaldılar. Öyle ki, ABD ve Çin başkanları, aylarca süren siber saldırıları karşılıklı olarak durdurmak için bir araya gelip, görüşmeler yaptılar ve bu karar yine medya önünde açıklandı.

Dünyanın en güçlü devleti olmakla övünen ABD, bilgisayar sistemlerini hacker'lara karşı koruyamadığı için yüz binlerce ordu mensubunun tüm bilgileri düşman devletin eline geçince büyük panik yaşandı ancak asıl büyük şok, Rus istihbaratının ABD seçim sistemini hackle'diği ve Trump'ın oylarını yüksek gösterdiği bilgisi ile yaşandı. ABD devlet liderleri ve istihbarat örgütü başkanları sorunu tartışmak ve çözmek için uzun toplantılar yaptılarsa da, seçimi tekrar etmenin mümkün olmayacağı gerçeği karşısında çaresiz kaldılar.

“ 2017 ise, henüz çözülememiş ve ortadan kalkmamış dev siber tehditlerin gölgesinde başladı ve 2016'dan çok daha büyük siber krizlere gebe. Peki 2017'de dünyayı ve şirketleri hangi siber riskler bekliyor? **”**



Ancak yine de fidyecilerin dijital çağda en büyük sorunlardan biri olduğunu artık herkes kabul ediyor ve milyarlarca dolar bütçelere sahip finans kurumları, bankalar artık bu tür saldırılarda tüm sistemlerini kaybetmemek için fidyecilere ödeme yapmak için, bir kenarda yüklüce Bitcoin tutmaya başladılar. Herhangi bir saldırı anında, müşterilerinin hesaplarına erişiminin kesilmesi, ödenecek her türlü fidyeden ağır bir prestij kaybı olacağından, bankaların fidye saldırılarına yenilmesi halinde, olay fark edilmeden ilgili hacker'lara ödeme yapmak üzere, milyonlarca dolar değerinde Bitcoin cüzdanları bulunuyor. Sadece bu gelişme bile, fidye saldırılarının ne kadar büyük bir risk olduğunu ve şirketlerin artık fidyecilere boyun eğecek duruma geldiğini ortaya koyuyor.

2017'de yeni ortaya çıkan bir siber tehdit daha var

Sahte haberler...

“

2016 ABD başkanlık seçimleri sırasında gündeme gelen, sosyal medyadan yayılan sahte haberler, artık bir ülkenin hatta dünyanın kaderini değiştirebilecek kadar büyük bir risk olarak görülüyor”

Seçim döneminde, özellikle Facebook'ta oluşturulan sahte haberlerde, Donald Trump'ı öven, Hillary Clinton'ı küçük düşüren bazı haberlerin seçim sonucunda çok etkili olduğu, çoğu insanın bu haberlere inandığı ortaya çıkmıştı.

Seçim sonrasında, sadece ABD'deki siyasetçilerin değil, Almanya, Fransa gibi seçim dönemi yaklaşan başka ülkelerdeki siyasetçilerin de sosyal medyadaki sahte haberlere karşı önlem almaya başladığı görüldü. Ancak sahte haberlerin, ABD başkanını bile belirleyebilecek etkiye sahip olması, hacker'ların da dikkatini çekti. Bu tür haberler sayesinde istedikleri şirkete ağır prestij kaybı yaşatabileceklerini fark eden hacker'ların 2017'de sert rekabet yaşayan şirketlere “sahte haber paket hizmeti” sunmayı teklif etmeleri bekleniyor. Böylece, sert rekabeti, çirkin bir yöne çevirmeye niyetli olan rakip şirketlerin, birbirleri hakkında çirkin sahte haberler üreterek bunları sosyal medyadan yaydığına şahit olacağız. Hedef şirkete yüzlerce milyon dolarlık ağır kayıplar verdirebilecek bu kampanyaların, izi sürülemeyecek, peşine düşülemeyecek haydut devletlerin topraklarından yönetileceğini de tahmin edebilirsiniz.

Yıllardır internette dolaşan, “Fastfood restoranının paketinden kızarmış fare çıktı” haber ve fotoğraflarının benzeri ve daha etkiselinin 2017'de sosyal medyada yaygınlaşması güvenlik uzmanlarını hiç şaşırtmayacak zira ABD başkanlık seçimleri gösterdi ki, bu tür sahte haberler son derece etkili oluyor ve insanlar da bu tür haberlere inanmak ve onları yaymak için son derece hevesli görünüyor.

“

2016'nın büyük dertlerinden biri de DDoS saldırılarıydı. Yılın sonuna doğru tüm dünyadaki internet erişimini yavaşlatan, sayısız önemli internet servisine erişimi engelleyen saldırının, aslında çok gelişmiş bir DDoS saldırısı olduğu ortaya çıktı”



DDoS saldırısı, hacker'ların ele geçirdiği dijital cihazlardan tek bir hedefe yönlendirilen trafik ile hedefteki sunucuları trafik yoğunluğuna boğarak devre dışı bırakması anlamına geliyor. Böyle bir saldırıyla tüm dünyanın internetini çökertmek içinse devasa bir “zombi” cihaz ordusuna ihtiyaç duyuluyor. 2016'ya kadar, hacker'ların bu kadar büyük bir orduya sahip olabileceği düşünülüyordu.

Ancak IoT cihazlarının yaygınlaşması ve bu minik cihazların aslında etkili bir dijital korumaya sahip olmaması gerçeği, onları hacker'ların eline düşürmüştü. Evlerdeki akıllı buzdolapları, kolumuzdaki akıllı saatler, salonlardaki akıllı televizyonlar, sahipleri hiç farkında olmadan, hacker'ların eline geçmişti ve tüm bu cihazlar, dünyanın genel internet erişimini sekteye uğratabilecek bir saldırıda silah olarak kullanıldılar.

2016'daki saldırının aslında hacker'ların bir güç denemesi olduğunu ve bu gücü eline geçirmiş olan dijital çetelerin, ellerindeki gücün sınırını ölçmek için dünya çapındaki hedeflere saldırdığı tahmin ediliyor. Bu büyük dijital saldırı gücünün ise asıl hedefinin, dev şirketler olacağı düşünülüyor. Böylece dünyanın dev bankaları, dev teknoloji şirketleri, dev bulut hizmetleri, saldırılar karşısında devre dışı kalıp müşteri ve prestij kaybetmemek için, saldırganlara büyük fidyeler ödemek zorunda kalacak. Ya da diğer senaryoda, bu gücün, yine rakip şirketlerin çirkin rekabetinde, karşı tarafı çökertmek için kiralınması söz konusu olabilecek. Bu olayların çoğu medyaya yansımayacak, haberlerde duyulmayacak ancak evimizdeki akıllı televizyon, biz farkında olmadan, ABD'deki Japonya'daki, Avrupa'daki büyük bir bankaya veya bir teknoloji şirketine saldırmak için kullanılacak. O gün evinde oturup televizyonunu seyreden insanlar sadece evdeki Wi-Fi bağlantısının çok yavaşladığını hissedip, servis sağlayıcısı şirketten şikayet edecek.





DRONE'lar

hızla hayatımıza girerken, hacker'lar da bu yeni kaynağa saldırmadan duramayacak. Henüz Türkiye için drone taşımacılığını konuşmak çok erken olsa da, ABD ve Avrupa'da drone kaçırma eylemlerinin ortaya çıkması için 2017 iyi bir zaman.

*K*argo taşıyan minik drone'ları yolundan çevirip bulunduğu yere getiren Hacker, drone'un içinde bulunan malı çalabilecek. Drone'lar pahalı bir "ulaştırma seçeneği" olduğu için, 10 dolarlık kapı kolu alan müşterinin bunu evine ulaştırmak için 10-20 dolar ödeyerek drone ile kargo ulaşımı satın almadığını tahmin edebilirsiniz. Drone'ların içinde, yüzlerce dolar değerinde elektronik eşyalar veya eşine evlilik yıldönümü için hediye almayı unutmuş ve acilen pahalı hediyeye ihtiyacı olan bir adamın sipariş ettiği değerli bir mücevherlerin olma ihtimali son derece yüksek. Dolayısıyla, hacker'ların 2017'de artık yaygınlaşmaya başlayan drone kargolarına saldırarak bu dijital cihazların navigasyon sistemlerine sızmaları ve onları yanlış yönlendirmesi ve içindeki değerli kargoları çalmaları bekleniyor.

Fakat daha da kötüsü, bu drone'ların terör amacıyla kullanılması riski bulunuyor. Teröristlerin hem kalabalık noktalara hem de büyük şirketlere, drone'lar ile patlayıcı maddeler göndermesi riski, devletlerin tüm drone'ları kayıt altına alıp anı anına izlemek istemesine neden oluyor. Bugün artık tüm dünyada önemli siyasetçiler anti drone silahları ile de korumaya başladılar ancak ses getirecek büyük eylemler için siyasetçilerin hedef olması gerekmiyor. Dev şirketlerin tüm yöneticileri bir gökdelenin tepesinde, camla kaplı bir toplantı odasında drone ile gerçekleştirilecek bir saldırı, ne yazık ki, tüm dünyada büyük bir kaosa neden olabilir ve güvenlik güçlerinin yakaladıkları terör örgütü üyelerinin ellerinde giderek daha fazla sayıda drone ele geçirmesi, bu tür saldırıların yakın olduğunu ortaya çıkarıyor.

Drone'lar ayrıca, endüstriyel casusluk amacıyla, uzaktan dinleme için de kullanılabilir. Önceden yerleştirilmiş dinleme cihazlarının kapsama alanı içine fiziksel olarak yerleştirilecek bir drone, bir güçlendirici istasyon olarak, dinleme mesafesini katlamak ve çok daha uzaktan dinleme yapmak için kullanılabilir. Ya da, sessiz uçabilme yeteneği ile geliştirilebilecek drone'lar, doğru açıdan yaklaştığında, üzerindeki hassas mikrofon ve kameralarla, dev şirketlerin önemli kararlarının alındığı toplantılarını dinlemek amacıyla kullanılabilir. Dolayısıyla, 2017 ve sonrasında, hem fiziksel hem de siber güvenlik alanındaki en büyük risklerden biri drone'lar olacak. Büyük şirketlerin güvenlik önlemlerini gözden geçirirken, anti drone stratejisi de geliştirmeleri gerekecek.



FINTECH

GO



Fikri Türkel

Yeni dönemin yeni kavramları

2020 yılını belirleyecek olan ise 4G ile 5G olacak. Yani nesneler arası iletişim ve akıllı cihazlar dönemi bütün teknoloji şirketlerinde eksen kaymasına sebep olacak. Şu anki şirket satın almaları, birleşmelerini bu şekilde yorumlamamız gerekiyor.

“Bigdata”, “bulut” ve akıllı cihazlarda kim daha inovatif olabilirse, gelecekte söz sahibi olacak olan da odur. Bu yorumumu iki yıl önce yazmıştım, şimdi de aynı düşüncedeyim.

Öğrencilik yıllarımda, saygı duyduğum bir yazar bana şunu söylemişti: ‘En çok ihtiyaç duyulması gereken kitapların başında sözlük ve ansiklopediler olmalıdır. İnsanlar sahip olduğu kelimeler ve kavramların zenginliği ölçüsünde düşünebilirler’. Evet, yeni dönemin kelime ve kavramlarına sahip olmadan gelecek hayali kurmamız zor görünüyor. Bazıları kaos, bazılarının çılgın dönüşüm dediği bir döneme girdik. Buradan çıkmanız için işin teknolojisine bakan kavramlardan bahsedeceğim. Bu kavramların neresinde olduğunuz ölçüsünde, gelecekte söz sahibi olabileceksiniz...

En hızlı yaygınlaşan kavram “Blockchain” oldu. Hatta yılın kelimesi olarak bunu seçiyorum. Bitcoin ile hayatımıza giren Blockchain, son dönemde daha sık duyulmaya başlandı. Özellikle küresel finansal kriz işaretleri ve para piyasalarındaki dalgalanmaların sanal paralar ve sanal ödeme sistemlerini tartışırken, Blockchain’i öne çıkardığı söylenebilir. Blockchain’i kısaca şifrelenmiş işlem takibi sağlayan bir dağıtık veri tabanı olarak tanımlayabiliriz. Zincirleme bir modelle inşa edilen, takip edilebilen ama kırılmayan Blockchain teknolojisi, bir merkeze bağlı olmaksızın işlem yapmaya izin veriyor.

Böylece işlemler direkt olarak alıcı ile satıcı arasında ve güvenli bir şekilde gerçekleştirilebiliyor.

Günümüzde bankaların da dahil olduğu farklı oyuncular e-ticaret, dosya paylaşımı ve haberleşme gibi işlemler için Blockchain’i keşfetmeye ve kullanmaya başlıyor. 2022 yılında Blockchain’i tercih eden bankaların en az 20 milyar maliyet avantajı sağlayacağı tahmin ediliyor.

Ulaşım ve savunmanın vazgeçilmezi “Drone”lar.

İlk başta savunma araçları yani askeri bir teknoloji olarak üretilen drone yani İnsansız Hava Araçları (İHA) fakat özellikle kamera donanımları ile birlikte hobi versiyonları ile seri üretime geçti. Düşman hava savunma veya savaş uçaklarına karşı yem olarak kullanılan ve hedef belirlemede yardımcı olan hava araçları olarak tasarlandılar. Ardından keşif ve gözetleme yaparak düşman veya karşı gruplara ait bilgi toplayan araçlar haline geldiler. Ancak silahlı donanımlar eklenerek saldırı kapasitesine de eriştiler.

Üretimin kolaylaşması, uzaktan kumanda özelliklerinin kişiselleşmesiyle lojistik ve kargo özelliği de kazandılar. Amazon’un drone ile siparişleri ulaştırabileceğini açıklamasıyla bütün ulaşım kavramlarını dönüştüren bir niteliğe büründü. En son, drone ile taksit hizmete başlanacağı açıklandı. Sürücüsüz drone helikoptere binip, istediğiniz yere en kısa sürede varmanız mümkün hale geldi. 4G ile eş zamanlı olarak vazgeçilmez olan kavram Nesneler Arası İnternet yani IoT (İnternet of Things) oldu.

Önümüzdeki yüzyılı en iyi anlatan kavram budur. Önceki ve bundan sonraki bütün kavramlar bunun etrafında şekilleniyor. Önümüzdeki 20 yıl içinde Nesneler Arası İnternetin (IoT) oluşturacağı ekonomik

büyüklik 17 trilyon dolar olacak. Mac Kinsey’in araştırmasına göre ise 2024 yılında 11 trilyon dolar bir ekonomik büyüklük bizi bekliyor. Veya konuyu bilmeyen yüzde 87’yi IoT bekliyor...

Cisco ise önümüzdeki 10 yıl içinde, IoT alanında kamuda 4.6 trilyon dolar, özel sektörde ise 14.4 trilyon dolar bir ekonomik büyüklük olacağını öngörüyor. 3D yani üç boyutlu yazıcılar artık her yerde. Eskiden mesai diye bir kavram vardı. Bir işyeri, çalışma süresi, iş tanımı ve sosyal haklar ile tanımlanan bir mesaiden söz ederdik. Önce home office kavramı, ardından bütün bildiklerimizi değiştiren gelişmeler oldu. 3D Yazıcı ile de atölye, fabrika, üretim yeri kavramları bitmek üzere.

İleride geleneksel seri üretim yöntemleri ve fabrikalar tarihe mi karışır bilinmez ama üretimin koşullarının teknolojinin gelişmesiyle kolaylaştığı ve hatta evlere girdiği bir gerçek. Özellikle ABD’de üretilen ve fiyatı 1000-5000 dolar arasında değişen bu 3D yazıcılarla evde telefon kılıfı, kalemlik gibi objeler üretmek mümkün.

O kadar ulaşılabilir hale geldi ki yazıdan, fotoğraftan sonra artık 3 boyutlu yazıcı ve tarayıcılarla evde seri üretime geçilecek gibi görünüyor. Artık yazıcılarla yazı baskısı almaktan değil, aslında kelimenin tam anlamıyla bir obje üretiminden bahsediyoruz. Bilişim makaleleri arasında en fazla yer alan bir diğer konu Sanal Gerçeklik (VR) oldu. CB Insights verilerine göre, 2016 yılında artırılmış gerçeklik-sanal gerçeklik (VR) alanında yaşanan yıllık büyüme oranı yüzde 250 oldu. Pazar 2 milyar dolarlık bir büyüklüğe ulaştı.

Sadece Facebook’un sanal gerçeklik alanına yaptığı yatırım 250 milyon dolara yükseldi. İçlerinde New York Times, Wayfair, GoPro gibi isimlerin bulunduğu 28 şirket, 2016 yılının ilk çeyreğinde sanal

gerçeklik alanını iş planına dahil ettiğini açıkladı. IDC’ye göre küresel anlamda sanal gerçeklik içeriği 2020 yılında kadar yüzde 128 oranında büyüme gerçekleştirecek. Bu süreçte YouTube VR gibi sosyal sanal gerçeklik uygulamaları etkili olacak.

Apple, RealFace’i satın alarak yüz tanıma konusundaki yetenek havuzunu genişletmek için yeni bir adım attı. RealFace, derin öğrenme tabanlı yüz tanıma teknolojisi üzerine odaklı çalışmalar yapıyor. Bu satın alma, “Yapay Zeka” konusunda şirketlerin kendilerini yeniden sorgulamasına sebep oldu. Günümüzün en anlamlı sorusu bence şu olmalı: Eğer robotlar hayal kurmaya başlarsa ne olur? Artık robotlar hayatımızda ve yapay zeka ile yorum yapmaya başlıyorlar. Ve sanal gerçeklik ile artırılmış gerçeklik örnekleri bize sunuyorlar...

Durun çığlık atmayın! Bunları niye mi anlattım?

CIO’ların yüzde 88’i know-how ve teknik yetenek eksikliğinden yakınıyor. Türkiye’de teknik ve tecrübe anlamında yetişmiş eleman bulma sıkıntısının en önemli engel olduğunu belirtiyor. Bu araştırmayı Dell EMC Türkiye gerçekleştirmiş ve Genel Müdür Sinan Dumlu paylaştı bizimle. Yeni teknolojilere gösterilen direnç var. Dumlu bu konuda şunu da ekliyor: “Dünya çapında yaptırdığımız araştırmaya göre, işletmelerin neredeyse yarısı dijital girişimlerin 3 ila 5 yılı içinde işlerini elinden almasından endişe ediyor. Günümüzde işletmelerin bu endişelerden arınmalarının yolu dijital dönüşüm yolunda başarıya ulaşmalarından geçiyor”

İşinizin elinden alınmasını istemiyorsanız, yukarıdaki kavramların neresinde durduğunuzu ve ne derece yönetebildiğinizi düşünün. Şayet yönetemiyorsanız, yönetileceksiniz demektir. Acı ama gerçek...



Bain & Company ile Red Hat, işletmelerin dijital dönüşüm uygulamalarını ve bunun sonucunda sağladığı faydaları belirlemeyi hedefleyen ortak bir araştırmanın sonuçlarını yayımladı.

Dijital dönüşümde yeni bir kavram: Konteyner

For Traditional Enterprises, the Path to Digital and the Role of Containers (Dijitalleşmeye ve Konteynerlere Uzanan Yolda Geleneksel İşletmeler) araştırmasına toplamda yaklaşık 450 Amerikalı yönetici, BT lideri ve BT çalışanı katıldı. Sektöre yönelik araştırmada bulut bilişim ve modern uygulama geliştirme gibi dijital teknolojilerin ezber bozucu etkisini anlayan işletmelerin çevikliklerini artırmak, müşterilerine yeni hizmetler sunmak ve maliyetlerini düşürmek için yeni dijital teknoloji arayışında oldukları ortaya çıktı. Buna karşın, dijital dönüşümle ilgili stratejiler ve yatırımlar hala başlangıç aşamasında kalıyor.



2017 yılında dijital dönüşümün, gerçek BT ihtiyaçlarının ve genelde teknolojiye yaklaşımların hayli vurgulanması bekleniyor.

Bain & Company ile Red Hat işbirliğiyle yapılan araştırmaya göre geleneksel şirketlerin çoğu dijital yolculuklarının henüz başında. Lider olanların ise kullandıkları bulut bilişim, ileri düzey analitik ve modern uygulama geliştirme gibi gelişmiş teknolojilerle diğerlerinden ayrıştığı ortaya çıkıyor.

Araştırmaya katılan ve dijital yatırımlar yapmış olan katılımcıların elde ettiği teknoloji ve iş sonuçları çok çarpıcı. Bain ve Red Hat'ın araştırmasına göre, yeni teknolojiler kullanarak işlerinde dijital dönüşüm gerçekleştiren kurumların elde ettiği sonuçlar şöyle:

• **Pazar payında artış:** Bu işletmeler, dijital dönüşümün henüz ilk aşamalarında olan işletmelere göre pazar paylarında sekiz kat artışa tanık oluyorlar.

• **Daha doğru zamanda piyasaya daha iyi ürünler sürme hedefiyle yeni teknolojileri benimseyen işletmeler, dijital dönüşümün erken aşamalarında olan işletmelere göre 3 kat daha hızlı ürün sunabiliyorlar.**

• **Daha akıcı geliştirme süreçleri, daha esnek altyapı, daha hızlı pazara çıkış ve daha düşük maliyet gibi sonuçlar ise uygulama geliştirmede konteyner kullanan işletmelerin elde ettiği sonuç oluyor.**

İşletmeler dijitalleşme yolculuklarını sürdürürken, teknolojilerini ve iş hedeflerini destekleyen ileri düzey yapıları yatırım yapmaya devam ediyor. Modern uygulamalar ve konteynerler, işletmelerin eski uygulamalarını ve altyapılarını değiştirmelerinde yardımcı bir role sahip.

Konteyner nedir?

Konteynerler, sözü edilen geliştirme platformları içinde en yenilikçi olan ve en gündemde olan teknolojilerden

biri. İşletmelerin dijital dönüşümünde büyük bir rol oynuyor. Konteynerler, kullanıcıların işleyiş süresinden kaynaklanan bağımlılıklarını (kümelendirilmiş ve dağıtıklaştırılmış altyapı üzerinde çalışması gereken tüm dosyalar) paketleyip ayrı bir yere almalarını sağlayan müstakil ve bağımsız ortamlar. Bu yetenekleri sayesinde konteynerler, genel ve özel bulut da dahil olmak üzere pek çok farklı ortama rahatça taşınabiliyor.

Bain ve Red Hat araştırmayı yürüttükleri süreçte, konteyner kullanan işletmelerin, mimari açıdan somut faydalar görmeye başladığını gözlemledi. Katılımcılar üzerinde yapılan analize göre, önceden konteyner kullanmaya başlamış olan firmaların

geliştirme sürelerinde yüzde 15 ila 30 arası bir kısalma göze çarpıyor ve konteynerlerin taşınabilir olmaları sayesinde ilave altyapı esnekliği de artıyor. Araştırma ayrıca donanım verimliliği sayesinde maliyetlerde de yüzde 5 ila 15 arasında bir düşüş olduğunu gösteriyor.

Bain ve Red Hat raporuna göre bu yeni teknolojilerin yarattığı fırsatlar çok çarpıcı olsa da, konteynerlerin kullanılma hızı ve tarzında aynı duruma tanık olmuyoruz.

Rapor, konteynerlerin yaygın bir şekilde kullanılmalarının önündeki en büyük engellerin yeni teknolojiler karşısındaki tipik tepkilerden kaynaklandığı görülüyor: yeni teknolo-

jiyi iyi tanımamak, işgücü açısından uygun yeteneklere sahip insanların azlığı, mevcut teknolojiden ayrılma konusunda duyulan tereddüt ve ekosistemlerin henüz olgunlaşmaması. Elbette bütün bunlar zamanla ortadan kalkacak.

Sağlayıcılar konteynere özgü zorlukların giderilmesi için çalışıyor ve yönetim araçları, iş yükleri üzerinde uygulanabilirliği, güvenlik ve istikrarlı depolama gibi konularda pek çok ilerleme kaydediyorlar.

Bu da konteyner kullanmanın önündeki engellerin teker teker kalkmakta olduğu anlamına geliyor.

Türkiye e-faturada hızla ilerliyor



E-fatura ve e-dönüşüm alanında öncü isimlerden olan Digital Planet'in CEO'su Şerif Beykoz ile e-fatura konusunu konuştuk ve Digital Planet'i biraz daha yakından tanıma fırsatı bulduk. İşte sohbetimizin tam metni.

Digital Planet, e-fatura kavramını Türkiye'ye tanıtan şirketlerden biri. Belki de ilki. E-fatura alt yapısı henüz yokken, bunu Türk Telekom ile birlikte başlatan, yıllarca sürdüren, Türk Telekom kullanıcılarını e-faturanın nimetlerinden yararlandıran bir şirket. E-faturanın kanunlaşması aşamasında da mevzuata büyük katkıları olan bir şirketiz. Kısaca e-fatura işini Türkiye'de yaratan şirketlerden biriyiz. Zaten altmışa yakın özel entegratör arasında lisans alan ikinci şirketiz.

E-fatura biliyorsunuz, normal faturanın elektronik hali ve bir faturanın tüm kanuni özelliklerini taşıyor. Bu faturalar, çok gizli bilgiler içeriyor ve entegratörler tarafından saklanıyor. Bu faturaların, müşterilerimizin özel, mahrem bilgilerinin olduğunun bilinciyle, büyük dikkatle 10 yıl boyunca saklıyoruz ve gerektiğinde, kanuni mercilere çıkarıp gösteriyoruz.

Digital Planet'in yaptığı işlerden biri e-dönüşüm. Altında üç temel iş var. Bir, e-fatura... İki, e-arşiv faturası... Üç, e-defter. Bununla beraber yeni yeni e kavramlar da geliyor. Mesela, e-ihracat faturaları, yolcu beraber faturalar geliyor, e-irsaliye geliyor. e-nizan gelecek. Daha gelmedi. Yani Türkiye'nin e-dönüşüm yolculuğunda biz de bu sürecin önemli oyuncularından biriyiz.

E-arşiv fatura alanında Türkiye birincisi

Biz şu anda e-arşiv faturası göndermede Türkiye'nin birincisiyiz. Aşağı yukarı ayda 60-70 milyon e-fatura gönderiyoruz ve açık ara öndeyiz. Ben şöyle diyorum, birinci biziz, 2,3,4,5 boş. Sonra diğerleri geliyor. Türkiye'nin bütün büyük şirketleri e-faturalarını bizden gönderiyor. Türk Telekom, Vodafone, Digitürk, bankalar... Şirket sayısı olarak da ilk beşteyiz. Bu sene e-fatura mükellefi olan şirketler arasında aşağı yukarı %20 payımız oldu. Bu önemli bir rakam. Şu anda GİB'in verdiği rakamlara göre, e-fatura mükellefi şirketlerin sayısı 63 bin. E-fatura mükellefi ne demek? Bir önceki mali yılda 10 milyon TL'lik ciroya ulaşan herkesin e-fatura göndermesi gerekiyor.

E-fatura ile e-arşiv fatura arasındaki fark da şu. E-fatura mükellefleri birbirine e-fatura gönderiyor. E-fatura mükellefi şirketlerin, e-fatura sistemi kullanmayan şirket ve kişilere gönderdikleri ise e-arşiv faturası. İkinci iş hattımız, doküman yönetimi. Mesela bir dekont, kişiye özeldir. bu sabit de olabilir, her ay değişebilir de. Altına reklam alınır, uyarılar konur. Bu çok kullanılmıyor ancak yapma imkanımız var.

Daha sonra, tüm bu dokümanların saklanması işi var. Uniform dataya sahip dokümanların saklanması %98 oranında veri sıkıştırması yapabiliyoruz. Tüm bu teknolojileri bir araya getirerek, örneğin Vodafone'un tüm bu işlerini tek kalemde yapabiliyoruz. Dokümanı üretip e-faturasını çekiyoruz ve sıkıştırıp saklıyoruz. Türk Telekom'da da aynı işlemi yapıyoruz. Bu tür büyük şirketlerle çalışmak bizi ayrıcalıklı konuma koyuyor. Şu anda sakladığımızı 4,5-5 milyar fatura var. Şirketler bunları istediği anda çekip okuyabiliyor.

"Cutu"

Yeni ürünlerimiz de var. Cutu isminde yeni bir ürün geliştirdik. Cutu kısaca şunu yapıyor. Sürekli olarak gelen veriyi alıp ayırıyor, uygun algoritma ile sıkıştırıyor ve saklıyor. Tüm bu işlemi, hiç el değmeden, veri daha akarken yapıyor. Sistem gelen veriyi tanılıyor, verinin formatına göre uygun algoritmayı kullanıyor ve sıkıştırma işlemini sonlandırıyor.

Ayrıca bu sistem, doküman yönetim sistemleri ile entegre çalışıyor. Bu veriler fiziksel sunucularda saklanıyor, sunucular istenirse buluta da entegre edilebilir. 1 Terrabayte veriyi 100 MB boyutuna indirip saklayabiliyoruz. Bizi kullanan şirketler, sürekli disk alıp stoklamak yerine verilerini sunucularımızda sağlıklı şekilde saklamış oluyor. Operasyon el değmeden yapıldığı için operasyonel maliyetleri düşüyor. Güvenlik avantajı elde ediyor. haziran gibi bu ürünü pazara sunacağız. Pay All isimli başka bir ürünümüz var. Cep telefonu üzerinden ödeme yapmayı sağlıyor. Uygulamaya giren kullanıcı, ödeme tuşuna basınca, daha önceden tanımlanmış kredi kartından, işletmenin hesabına ödeme gönderiliyor. Akıllı telefonu olmayan kimse yok. O zaman telefondan ödem, herhangi bir üçüncü cihazla ödemeden daha pratik olacak. O nedenle, yaptığımız her işi mobil düşünerek yapıyoruz. Bir diğer ürünümüz, faktoring sektörüne hizmet ediyor. Parantez isimli ürünle, Faktoring firmaları ve e-Fatura sistemini kullanan şirketleri aynı platformda buluşturuyoruz. Böylece şirketler, e-faturaları için sistemdeki faktoring firmalarından kolaylıkla "Fatura Temlik" talebinde bulunabiliyor. Sistemdeki faktoring firmaları ise Digital Planet müşterilerinin Fatura Temlik taleplerini karşılıyor.

"80 kişilik ekip ve ihracat hedefleri"

Şirketimizde 80 kişi çalışıyor. Aşağı yukarı 20 kişi yazılım ekibimiz var. 20-22 de analiz ve test sürecinde yer alıyor. 10 kişilik de call center ekibimiz var. Diğerleri ise satış pazarlamada... YTÜ Teknopark'ın içindeyiz. Bir de İngiltere'de bir şirketimiz var, o da bizim ihracat hedefimizin parçası. Henüz işin başındayız. İhracat hedefimize nasıl ulaşacağız? Ne sattığınıza bağlı olarak ihracat stratejileriniz değişim gösterir. e-dönüşüm ürünleri ve doküman yönetimi ürünlerini satmak için stratejiler geliştirdik. Bunları yurt dışında uygulayacağız. Hedefimizde, 2017 yılında yurt dışında birkaç müşteriye kendi ürünlerimizi satabilmek var. İngiltere'de teknoloji şirketlerine öyle destekler veriyor ki, ülke, Facebook'un Avrupa Müdürü'nü transfer edip teknoloji şirketlerinin yerleştiği teknoloji parkının başına getirmiş durumda."



Markanız için doğru sosyal ağı mı kullanıyorsunuz?

Türkiye sosyal medya penetrasyonu en yüksek ülkelerden birisi. Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal ağların oldukça yoğun kullanıldığı Türkiye'de başı dünyanın genelinde de olduğu gibi Facebook çekiyor.

Yazar: Haydar Özkömürcü

Bu ekosistemin içerisinde pazardan pay kapmak isteyen onlarca sosyal ağ bulunmaktadır. Peki markanız için en doğru sosyal ağ hangisi? Yoksa tüm sosyal ağlarda bulunmalı mısınız? Öncelikle kullanım alanlarına göre sosyal ağları kısaca bir tanımamız gerekiyor.

Facebook, halihazırda merkez sosyal ağı olarak konumlanmış durumda. Artık bebeklerin doğumuyla beraber Facebook hesapları da açılıyor. Fakat özellikle Z kuşağında Facebook kullanım oranlarının giderek düştüğünü gözlemliyoruz. Bu düşüş BB ve X kuşağında ise tam tersi oranda gittikçe artan bir seyir izliyor. Artık Facebook'u daha çok yaşlılar kullanıyor diyebiliriz. Facebook'u kullanan kişilerin gelir seviyelerine göre dağılımını incelediğimizde de keskin farklılıklar göremiyoruz. Her gelir seviyesinden kullanıcı için ilk sosyal ağ Facebook olmuş durumda.

Twitter, kullanıcıları daha çok Y kuşağından oluşmakta ve kullanıcılarının ilk önceliği eğlenmek, ikinci önceliği ise habere ulaşmak şeklinde. Twitter kullanan kullanıcılar genellikle fenomenleri, ünlüleri ve kendisiyle aynı görüşteki arkadaşlarını takip etme eğiliminde. Kullanıcılar Facebook'ta olduğu gibi tüm lise, ortaokul arkadaşlarını takip etmiyor yalnızca kendisi gibi düşünen kişileri takip ediyorlar. Twitter, marka takibine eğilimin en az olduğu sosyal ağlardan birisi. Zira kullanıcıların bir çoğunda takipçi sayısının takip ettiği kişi sayısından daha fazla olmasını sağlamak gibi bir amaçları var. Bu amaca ulaşmak adına da çok sevdiği markalar dışında hiç bir markayı takip etmiyor ve takip ettiği kişi sayısını az tutmaya çalışıyorlar.

Instagram'daki kullanıcılar genellikle karşı cinse ait hesapları takip etme eğilimi göstermekte ve Twitter'a oranla daha fazla markaları takip eden bir kitle bulunmaktadır. Bu kitle Instagram'ın doğası gereği

görselliğe daha çok önem vermekte. Twitter'da en önemli kriter gerçek zamanlılık iken Instagram'da zaman kıstasının yerini göze hitap etmek alıyor.

Pinterest tüm dünya genelinde olduğu gibi kadınlara yönelik bir mecra. Daha çok kadın modası, ev dekorasyonu, bahçe dekorasyonu, makyajın püf noktaları gibi konuları içinde bulunduran bir mecra. Pinterest'te yine görsel odaklı bir mecra olmasının yanı sıra webmasterlar ve seo uzmanları için kolay bulunmaz bir fırsat daha sunuyor. Pinterest'ten alacağınız backlinkler dofollow olarak veriliyor. Bu sayede seo tarafında Pinterest'i etkili bir araç olarak kullanabiliyorsunuz.

Tumblr daha çok Z kuşağına hitap eden, eğlencenin ana odak olduğu ve içeriklerin çok kolay viralleşebildiği bir mecra. Ajans çalışanlarının kreatif fikir bulmak için tıpkı Pinterest gibi kullandığı bir mecra olmanın dışında direkt olarak gençlerle birebir iletişime geçilebilen nadide mecralardan birisi Tumblr.

Bir marka hangi sosyal ağlarda olmalı?

Örnekmeyi iyi bir şekilde yapabilecek kadar sosyal ağları tanıttım sanıyorum. Peki asıl sorumuza tekrar dönelim. Bir marka hangi sosyal ağlarda olmalı? Öncelikle bir markanın her sosyal ağda olması gerekir düşüncesini çürütmemiz gerekiyor. Bir markanın her yeni bir sosyal ağa girişi demek kaybedilen zaman demek. Zaman demek, bütçe demek. Bir reklamcı için en önemli metriklerden birisi zaman, diğeri bütçe. Bir sağlık kuruluşunun Twitter'da olması yalnızca kullanıcılara Twitter üzerinden sağlıklarına yönelik birer tavsiyelerde bulunabiliyorsa etkili olabilir ki bu da neredeyse imkansız bir durum. Yoksa biz çok iyi bir hastaneyiz (ki sağlık yasalarına göre onu da diyemiyorlar), sağlığını korumak için elma yemelisiniz gibi artık oldukça banelleşmiş içerikler kimsenin ilgisini çekmiyorlar.

Farklı bir örnek üzerinden gidelim. Probiyotik ürün satan bir ilaç firmanız var. Bu ilacınız gece altına kaçırانların iyileşmesini sağlıyor. Facebook sayfanızda bir iletişim sağlayabilir misiniz? İçeriklerinizi kim beğenir? Beğenen kişiye demezler mi sen altına mı kaçırıyorsun diye?

Halbuki böyle bir marka iletişimini blogundan sürdürse (Tumblr, WordPress) çok daha etkili dönüşler alabilecektir.

Elinizde bir hosting firması olduğunu düşünelim. Yoğun bir Instagram yönetimi yapabilir misiniz? Eğer iletişim stratejinizin içerisinde gerçekten viralleşecek, etkileşim alacak içerikler olacağını düşünecek olursak Instagram'da neredeyse paylaşacak hiç bir şeyiniz kalmayacaktır. Facebook'ta ne paylaşıyorsak Instagram'da da onu paylaşalım demeniz Instagram hesabınızı ileriye götürmeyecektir. Instagram'ın içerik stratejisi Instagram ruhuna uygun olacak şekilde özel olarak hazırlanmalı. Hosting şirketinin gösterecek görsele dayalı bir ürünü olmadığından 2,3 server odası fotoğrafı paylaşmanın ötesine gidemeyecektir. Eğer ben photoshopta indirim kampanyalarıma ait görseller tasarlayıp onbinlerce takipçiye ulaşabilirim diye düşünüyorsanız tabi o başka. Başarabilerseniz bana da haber verin.

Sonuç Olarak, her marka her sosyal ağda yer almalı diye bir kural yok. Yalnızca doğru iletişimi gerçekleştireceğiniz doğru ağlarda yer almanız gerekiyor. Eğer sizin işinizi Twitter'a uyarlayamıyorsak Twitter'da

olmanıza gerek yok. Rakipleriniz Twitter'da olsa dahi Twitter'da olmanıza gerek yok. Büyük ihtimalle Twitter'daki rakiplerinizin hesapları da ölü durumdur. Ölü durumda olacağınız yeni bir hesaba yatırım yapmanıza gerçekten gerek yok.



2016 yılında 638 milyon güvenlik tehdidi yaşandı

Tüm veriler, “2017 Yıllık Tehdit Raporu” başlığı altında paylaşılırken, özellikle fidye yazılımları nedeniyle firmaların yüksek oranlarda zarar yaşadığı ifade edildi. Raporda, 2016 yılının ilk çeyreğinin sonuna gelindiğinde, şirketlerin 209 milyon dolar fidye bedeli ödediği ve 2016 yılının ortalarına gelindiğinde ise şirketlerin neredeyse yarısının fidye saldırısı aldığı belirtildi. Bu rakamların 2017 itibarı ile daha da artması beklenirken, özellikle firmalar için güvenlik noktasında önlem alınması giderek zorunlu hale geliyor.

“Mart’ta Rekor Seviyelere Çıkıldı”

Rapora göre saldırılarda ilk büyük artış, Mart ayında yaşandı. Ay içerisindeki saldırı girişimleri ay boyunca yoğun olarak görülürken, bu artış ile birlikte saldırılar 30 milyona çıktı. En büyük atılımlardan bir tanesi dördüncü çeyrekte yaşanırken, sadece dördüncü çeyrekte yaşanan saldırı 266.5 milyon olarak belirlendi.

SonicWall, fidye saldırısının bu kadar yayılmasında ki nedenleri de sıralarken, bu yazılımların artması ve tercih edilmesindeki sebepler şöyle açıklandı;

- Düşük operasyon maliyeti
- Virüsün yayılmasının kolay olması
- Yakalanma ya da cezalandırılma riskinin düşük olması

Tüm bu detaylar, fidye virüslerinin daha kolay bir şekilde yayılarak artmasını sağlarken, raporda fidye yazılımı edinmenin ve dağıtmanın da çok kolay olduğu vurgulandı. Üstelik bu saldırıya maruz kalan kişilerin büyük bir bölümü herhangi bir sorun yaşamamak ve veri kaybetmemek adına sessiz bir şekilde bu durumu çözmemeyi tercih etti. Fakat yapılan araştırmalara göre mağdurların yüzde 42’si verilerini hiçbir şekilde kurtaramadı.



SonicWall (ağ güvenlik firması), tarafından 2016 yılına dair hazırlanan rapor, tehditlerin giderek arttığını gözler önüne serdi. Rapora göre sadece 2016 yılı içerisinde büyük ve küçük işletmeler için yapılan saldırılar 638 milyona ulaştı.

Nasıl Yayılıyor?

Fidye virüsü, Microsoft gibi markaların adlarını kullanarak e mail aracılığı ile kullanıcılara ulaşıyor. Mail ekinde yer alan ödeme faturaları, gerçeğinden ayırt edilemediği gibi bu dosyaları bilgisayarlarında açan kişilerin geri dönüşü olmuyor.

Kurumların siber direnci azaldı

Bir IBM şirketi olan Resilient ile Ponemon Enstitüsü, her yıl gerçekleştirdikleri araştırmanın sonuçlarını açıkladı. Araştırma, kuruluşlarının yüksek düzeyde siber dirence sahip olduğunu söyleyen BT ve güvenlik profesyonellerinin oranının yalnızca yüzde 32 olduğunu ortaya koydu.

Bu oran, 2015’te elde edilen yüzde 35’e kıyasla küçük bir düşüşe işaret ediyor. 2016 araştırması aynı zamanda, yanıt verenlerin yüzde 66’sının kuruluşlarının siber saldırılar ardından toparlanması için hazırlıklı olmadığını belirttiğini ortaya koydu.

“Kurumlar hazırlıksız”

Araştırma, üst üste iki yıldır siber olaylara müdahale etme konusundaki zorlukların siber direnci azalttığını gösteriyor. Katılımcıların yüzde 75’i, kuruluş çapında tutarlı bir biçimde uygulanan resmi bir siber olaylara müdahale planına sahip olmadığını belirtiyor. Siber olaylara müdahale planına sahip olanların yüzde 52’si, devreye alınmasından bu yana planı incelememiş ya da güncellememiş veya bunu yapmak için bir plan belirlememiş. Ayrıca, katılımcıların yüzde 41’i, bir siber olayın çözülmesi için gerekli olan sürenin son 12 ay içerisinde uzadığını belirtirken, bu sürenin kıaldığını belirtenlerin oranı yalnızca yüzde 31.

Katılımcılara göre, bir Siber Olaylara Mücadele Platformu, kimlik yönetimi ve doğrulaması ile izinsiz girişi saptama ve önleme sistemleriyle birlikte kuruluşların Siber Dirençli hale gelmesine yardımcı olma konusunda en etkili güvenlik teknolojileri arasında yer alıyor. Araştırma aynı zamanda, siber direncin önündeki yaygın engelleri de ortaya çıkardı. Çoğunluk (yüzde 66), “yetersiz planlamanın ve hazırlığın” siber direncin önündeki en önemli engel olduğunu belirtiyor. Katılımcılar ayrıca, BT ve iş süreçlerinin karmaşıklığının siber saldırıları



önleme, saptama ve bu saldırılara müdahale etme becerilerinden çok daha hızlı arttığını ve işletmeleri savunmasız bıraktığını belirtiyor. Bu yıl, katılımcıların yüzde 46’sı, “BT süreçlerinin karmaşıklığının” yüksek düzeyde siber direnç elde edilmesi açısından önemli bir engel olduğunu belirtiyor. 2015 yılında bu oran yüzde 36’ydi. Yüzde 52, “iş süreçlerinin karmaşıklığının” önemli bir engel olduğunu belirtiyor. 2015 yılında bu oran yüzde 47’ydi.

“Araştırmadan öne çıkan önemli noktalar”

-Şirketler sık ve başarılı siber saldırılara maruz kalıyor.

-Yarısından fazlası (yüzde 53), son iki yıl içinde en az bir veri ihlaline maruz kaldığını belirtiyor.

-Yüzde 74’ü, geçtiğimiz yıl içinde insan hatasından kaynaklanan tehditlerle karşı karşıya kaldığını belirtiyor. Son iki yıl incelendiğinde, yüzde 74’ü, kötü niyetli yazılımların düzenli olarak güvenlik ihlaline neden olduğunu ve yüzde 64’ü, düzenli olarak kimlik avı dolandırıcılığına maruz kaldığını belirtiyor.

-Kuruluşlar, bir saldırı sonrasında operasyonlarını etkin biçimde sürdürüyor ya da kısa süre içinde toparlanamıyor

-Yüzde 68’i, kuruluşlarının bir siber saldırı sonrasında direncini koruma becerisine sahip olduğuna inanmıyor. Yüzde 66’sı, kuruluşlarının bir saldırı sonrasında etkili bir biçimde toparlanma becerisine güvenmiyor.

-Planlama ve hazırlığın yapılmamış olması, en önemli engeli teşkil ediyor.

-Yalnızca yüzde 25’inin tüm kuruluş çapında tutarlı biçimde uygulanan bir siber olaylara müdahale planı var. Yüzde yirmi üçünün siber olaylara müdahale etmek için herhangi bir planı yok. Yalnızca yüzde 14’ü siber olaylara müdahale planını yılda bir defadan fazla test ediyor.

-Yüzde 66’sı, kuruluşlarının siber saldırılara karşı dirençli hale gelmesinin önündeki en büyük engelin bir planlama eksikliği olduğunu belirtiyor.

-Yüzde 48’i, kuruluşlarının siber direncinin son 12 ay içinde azaldığını (yüzde 4) ya da artmadığını (yüzde 44) belirtiyor. Yüzde 41’i, bir siber sorunu çözme süresinin uzadığını ya da önemli ölçüde uzadığını belirtirken yalnızca yüzde 31’i, kıaldığını ya da önemli ölçüde kıaldığını belirtiyor.



2016, DDoS'ta dönüm noktası oldu.

2016'nın son üç ayında DDoS saldırılarının kayda değer bir biçimde gelişim gösterdiği tespit edildi. . Kaspersky Lab uzmanları, konuyla ilgili tüm detayları 2016 Son Çeyrek DDoS Saldırıları raporunda paylaştı.

Kullanılan yöntemler gün geçtikçe daha sofistike bir hale gelip botnetler tarafından kullanılan cihazlar giderek çeşitlenirken, saldırganlar da artık daha büyük ve tanınmış hedefler seçerek yetenekleriyle gösteriş yapıyor. Kaspersky Lab'ın DDoS istihbarat sistemi, geçtiğimiz yılın dördüncü çeyreğinde 80 ülkede bot destekli DDoS saldırıları tespit etti.

Saldırıları bir önceki çeyrekte 67 ülkede gerçekleşmişti. Dördüncü çeyrekteki en uzun saldırı 292 saat (12.2 gün) sürdü ve 2016 için bir rekordu. Yılın son çeyreği, tek bir günde gerçekleştirilen DDoS saldırılarının sayısında da bir rekora şahit oldu. 5 Kasım 2016'da 1915 adet saldırı gerçekleşti.

“2016'nın son çeyreğinde saldırılar arttı”

2016'nın son üç ayı, geniş bir yelpazedeki çeşitli hedeflere karşı düzenlenen, kayda değer DDoS saldırıları açısından da oldukça yoğunlu. Bunlardan en öne çıkanlarıDyn'in DNS sistemini, Deutsche Telekom'u ve Rusya'nın önde gelen bankalarından bazılarını hedefleyen saldırılar oldu. Söz konusu şirketler yeni bir trendin ilk kurbanları oldular; korunmasız IoT (Nesnelerin İnterneti – “Internet of Things”) cihazlarından oluşturulan devasa botnetler (zombi bilgisayar ağları) üzerinden düzenlenen DDoS saldırıları. Bunun ilk akla gelen örneği olan Mirai'nin yaratıcılarının kullandığı yaklaşım, IoT cihazlarından faydalanan birçok botnet için temel oluşturdu.

IoT cihazlarını kullanan saldırıların sayısındaki artış, son çeyrekte görülen başlıca trendlerden sade-

ce bir tanesiydi. Çeyrek boyunca, 2016'nın ilk yarısında popüler olan bant genişliği yükseltme (amplification) temelli DDoS saldırılarında olumlu anlamda bir düşüş tespit edildi. Bunun öncelikli sebebi, bu tarz saldırılara karşı korunma yöntemlerinin gelişmiş olması ve dolayısıyla siber suçluların saldırabileceği savunmasız sunucuların sayısında da kayda değer bir azalma görülmesi.

Yükseltme saldırılarının azalmasıyla oluşan boşluğu, WordPress Pingback saldırılarını da içeren uygulama katmanlı saldırıları doldurmaya başladı. Gerçek kullanıcıların davranışlarını taklit ettikleri için bu tarz saldırıların tespit edilmesi çok daha zordur. Bu saldırıların sıklıkla şifreleme kullanıyor olması, risk seviyesinin yükselmesi anlamına gelir. Şifreleme, DDoS saldırılarının etkisini çarpıcı bir biçimde artırarak, sunuculara gelen ve deşifre edilmesi gereken taleplerin gerçek mi sahte mi olduğunu ayırt etme işlemini zorlaştırıyor.

Kaspersky Lab uzmanları, giderek daha da karmaşılaşan DDoS saldırıları ve sayıları artan IoT botnetleri yönünde ilerleyen trendin 2017'de devam edeceğini öngörüyor.

Flash Player güncellemesine dikkat

Antivirüs yazılım kuruluşu ESET'in güvenlik analistleri, Android işletim sistemine sahip telefon ve tabletlere zararlı yazılımlar indirip yükleme yeteneğine sahip yeni bir truva atı tespit etti.

Sahte bir Flash Player güncellemesi şeklinde kullanıcıların karşısına çıkan bu zararlı, cihazın erişimine ilişkin izinler talep ediyor ardından banka hesaplarına ulaşmaya yönelik başka zararlıların indirilmesine kapı açıyor. ESET tarafından “Android/TrojanDownloader.Agent.JI” adıyla etiketlenen bu truva atı, gerçeğine yakın şekilde taklit edilmiş sahte Flash Player güncellemesi şeklinde kullanıcıların karşısına çıkıyor.

“Erişilebilirlik talep ediyor”

Kullanıcının bu güncellemeyi yüklemesi ile birlikte bu kötü amaçlı yazılım, Android sisteminde sahte bir ‘Pil Tasarrufu’ hizmeti oluşturuyor ve kurbandan Android'in erişilebilirlik işlevleri içinde önemli izinler vermesini talep ediyor. Bunların arasında ‘eylemlerinizi izleme’, ‘pencere içeriğini alma’ ve ‘dokunarak göz atmayı açma’ gibi izinler olabiliyor. Bu izinler siber saldırganın, telefon sahibinin eylemlerini taklit etmesini ve kullanıcının ekranında istediklerini gösterebilmesini sağlıyor.

“Hedef, banka hesaplarına ulaşmak”

ESET Güvenlik Araştırmacılarından Lukas Stefanko, burada temel amacın paraya ulaşmak olduğunu söylüyor: “Araştırdığımız olaylarda bu truva atının, banka hesaplarından para çekme amaçlı başka bir

truva atı indirmek için oluşturulduğunu tespit ettik. Bununla birlikte, kodda yapılacak ufak bir değişikliklerle kullanıcının cihazında casus yazılım veya fidye yazılımı çalıştırılması da oldukça basit.”

“Ne yapmalı?”

Cihazınızın bu zararlıdan etkilenip etkilenmediğini anlamak aslında basit:Erişilebilirlik menüsündeki hizmetler bölümünde ‘Pil Tasarrufu’ seçeneği beliriyor. Bu gibi durumlarda kullanıcı ESET Mobile Security veya benzeri bir güvenlik yazılımı kullanarak bu seçeneği silmeli veya Ayarlar > Uygulama Yöneticisine giderek Flash Player isimli uygulamayı kaldırmalısınız.

Bazı durumlarda kullanıcı, cihaza yönetici hakkı tanınması için kandırılıyor. Bu gibi durumlarda öncelikle bu hakkın iptal edilmesi gerekiyor: Ayarlar -> Güvenlik -> Flash Player.

“Zararlı yazılımların bulaşması nasıl önlenir?”

“Ne yazık ki, yükleyiciyi kaldırmak, yüklenen diğer kötü amaçlı uygulamaları da kaldırmaz. Cihazı tamamen temizlemenin en iyi yolu bir mobil güvenlik çözümü kullanmak” diyen Lukas Stefanko, telefon ve tabletlere yönelen zararlı yazılımların bulaşmasını önleme amaçlı şu temel tavsiyelerde bulundu: -Yalnızca güvenilir kaynaklarda yer alan dosyaları yükleyin, örneğin bu olaydaki Adobe Flash Player güncellemesini sadece Adobe'un sitesinden indirebilirsiniz. Tarayıcınıza yazılan adresleri mutlaka kontrol edin. -Uygulamaların talep ettikleri izinlere dikkat edin. -Güvenilir bir mobil güvenlik çözümü kullanın.





Sosyal medyada müşterileriniz için en önemli gün raporunuzu teslim edeceğiniz gündür. Raporunuzu sunarken müşterinizi ne oranda tatmin ettiğinizi gözünüzle göreceğinizden ötürü rapor hazırlama kısmı oldukça önemli. Müşterinizin sizinle çalışmaya devam edip etmeyeceğinin kararını raporlarınıza bakarken vereceğini unutmamak gerekiyor.

Hazırlayacağınız raporun en önemli kısmı aslında tasarımıdır. Tasarım noktasında bir parantez açmak gerekiyor. Sosyal medyada hazırlayacağınız bir içeriğin tasarımına 15 dakikadan daha uzun bir süre çalışmamak gibi bir kuralınız olmalı. Zira kullanıcının sadece 3 saniye bakacağı ve geçeceği bir içerik hazırlarken çok fazla özenmemeniz yararınıza olacaktır. Fakat raporlarda bu durum tam tersi. Hazırlayacağınız rapor müşteriye her sayfasını analiz ederek okuyacağını falan düşünmeyin sakın. Müşteri sizin raporunuzun tek sayfasına dahi bakmayacak neredeyse. Zaten raporunuzu anlayabilecek durumda olsaydı o işi kendisi yapardı. Müşterinin tek bakacağı nokta raporunuzun tasarımı olacaktır. Düzenlediğim Dijital Pazarlama Eğitimi programlarında en sık karşılaştığım sorulardan birisi müşterinin raporunuzu ne derece ayrıntılı incelediği yönünde.

Raporunuzda Açıklamalara Yer Vermelisiniz

Müşteriniz için raporun en önemli kısmı "Yönetici Özeti" dediğimiz raporun giriş kısmıdır. Raporunuzun kapağını tasarladıktan sonra ekleyece-

Sosyal medyada raporlama nasıl yapılmalı?

Sosyal medya, şirketlerin pazarlama stratejilerinde artık çok önemli bir rol oynuyor. Peki sosyal medya odaklı kampanyaları doğru raporlayabiliyor muyuz? İşte sosyal medya kampanyalarının raporlanması için önemli ipuçları.

Yazar: Haydar Özkömürçü

ğiniz ilk sayfa yönetici özetidir. Bu sayfada raporunuzun tamamında bahsettiğiniz konuların bir özetini ve gelecek ay ki hedeflerinize dair bir bölüm paylaşmanız, bu kısımda mümkün olan en az oranda terim kullanmanız gerekmektedir. Çünkü müşteri kullandığınız terimleri anlamayacaktır. Sakın havalı üç beş cümle kurayım, müşteri beni bir şey sansın diye düşünmeyin. Müşteriyi anlayacağı dilden ikna etmek yerine havalı cümlelerle kandırırsanız mutlaka bir başkası da müşterinizi kandıracak ve müşterinizi elinizden alacaktır.

Raporunuzun İçeriğinde Neler Olmalı?

Raporunuz hakkında vereceğiniz en stratejik kararlardan birisi raporun ne kadar kapsamlı olacağı ve kaç sayfa olacağıdır. Deneyimlerim şunu gösteriyor ki raporunuzu ne kadar uzun tutarsanız müşterinin rapora olan ilgisi o kadar azalıyor ve soruları çoğalıyor. Diğer yandan her periyotta yapacağınız iş oranı da artıyor. Bu nedenle raporu mümkün olduğunca kısa tutmak ilk yapmamız gerekenlerin başında geliyor. Raporunuzun ilk bölümünde vermeniz gereken iki önemli metrik bulunmakta. Kitle raporu ve etkileşim raporu. Sayfanızdaki kitlenizin bir önceki aya oranla

ne ölçüde büyüdüğü, kaç kişiye ulaştığı ve en büyük 5 rakibinizin kitlelerindeki değişimi ve oranlarını verdiğiniz bir sayfa eklemelisiniz. İkinci sayfada ise aldığınız etkileşimler (beğeni, yorum, paylaşım) geçen aya oranla ne kadar değiştiğini ve rakiplerinizdeki etkileşim oranlarının değişimini vermelisiniz. Rakiplerinize ait verileri Socialbakers'tan edinebilirsiniz.

Raporunuzda Açıklamalara Yer Vermelisiniz

Raporunuzda her sayfanın altında bir metin alanı bulunmalı. Bu metin alanında sayfadaki grafiklerde ne anlatıldığı ayrıntılı bir şekilde yer almalı. Eğer sade bir dille grafikte yer alan bilgileri anlatmazsanız müşteriniz grafiğinizi okuyamayacaktır. Eğer müşterinizin sizden istediği özel bir veri yoksa raporunuzun ilerleyen sayfalarında ilgili periyotta en çok "etkileşim" alan 3 içeriğinize yer vermelisiniz. En yüksek etkileşim alan içeriklere yer vermemizin asıl sebebi müşterinin gözünü boyamak değil müşteri ile bu tip içeriklerin sayısını nasıl artırdığımızı konuşmak olmalı.

Raporlarınızı Hangi Periyotlarla Hazırlamalısınız?

Raporlar genellikle aylık olarak hazırlanırlar. Ancak müşterinin ta-

lebine bağlı olarak 15 günde bir ya da 3 ayda bir raporlarda hazırlamanız gerekebilir. Özellikle sayfadaki iletişimin yoğunluk durumuna göre bu oranlar değişmekte. Standart raporların dışında kampanyalarının da raporlarını hazırlamanız gerekecektir. Kriz dönemlerinde ara raporlarla müşteriyi sürekli bilgilendirmek gerekecek, eğer izlediğiniz anahtar kelimeler varsa da yine belirli periyotlarda monitoring raporları da hazırlamanız gerekecektir.

En Önemli Soru: Neden Rapor Hazırlıyoruz?

Bilinen aksine raporlar müşteriye kendinizi gösterme ya da bir sınava tabi tutulduğunuz materyaller değildir. Raporlar müşteriye yeni bir şeyler satabilmeniz için hazırlanır. Müşteriye "bak rakipler video içeriklerle bizim önümüze geçmiş, biz de video içerikler hazırlayalım, bize X lira ver" diyebilmeniz yoludur. Hazırlayacağınız rapor asla müşteriye hesap vermek gibi görmeyin. Eğer bu şekilde görür ve ona göre hazırlanırsanız müşteri de üzerine düşen görevi yapar ve sizden hesap sorar.

Verileri Nereden Çekeceğiz?

Facebook ve Twitter'ın raporlar kısmında bulunan "dışa aktar" bölümünden Excel'e aktaracağınız veriler oldukça kapsamlı bir rapor hazırlamanız için size yeterli olacaktır. Aslına bakarsanız ek başka bir araç kullanmanıza gerek yok. Sadece bu tabloları iyi okuyabilmeniz ve yorumlayabilmeniz gerekiyor. Eğer bu tabloları okumakta zorlanıyorsanız Socialbakers ve Boomsocial'dan faydalanabilirsiniz.



Türk internet kullanıcılarının %71'i tehdit altında



Microsoft, bireyleri ve kurumları siber güvenlik alanında bilinçlendirmek ve siber güvenlik alanında sunduğu global çözümleri aktarmak üzere geri bildirimlere dayanan yeni kılavuzlar ve ipuçları sunmaya devam ediyor.

Her sene 7 Şubat'ta Uluslararası Güvenli İnternet Günü'nü kutlayan Microsoft bu sene de "Değişimin parçası olun: Daha iyi bir internet için hep birlikte" sloganı ile global bir anket düzenledi.

Özellikle çocuklar ve gençler arasında teknolojinin daha güvenli ve daha sorumlu bir şekilde kullanılmasını teşvik etmek amacıyla gerçekleşen ankete Türkiye de katıldı. Araştırma kapsamında katılımcılara "Hangi çevrimiçi tehditler yaşadınız?", "Tehditler ne zaman, ne sıklıkta oluştu?", "Nasıl aksiyonlar aldınız?" gibi sorular soruldu ve dört başlık altında 17 çevrimiçi tehdit ölçüldü. Bu kategoriler davranışsal riskler, itibar zedeleyici riskler, kişisel hakların ihlali ve mahremiyet içerikli tehditler olarak belirlendi.

"Türkiye'de çevrimiçi tehdit oranı yüzde 71" Anket sonuçlarına göre Türkiye'deki internet kullanıcılarının yüzde 71'i, en az bir defa çevrimiçi tehdide maruz kaldıklarını belirtiyor. Türkiye, davranışsal tehditler kategorisinde uluslararası ortalamanın üstünde bir sonuç sergilerken, itibar zedeleyici riskler, mahremiyet içerikli tehditler ve kişisel hakların ihlalle-

rinde uluslararası ortalamalarda bir seyir gösterdi.

"En çok tehdit davranışsal kategorisinde" Ankette, davranışsal risk en yaygın kategori olarak öne çıkarken, Türkiye, uluslararası ortalamadan 16 puan daha yüksek çıktı (yüzde 54'e karşın yüzde 38). Trolleme, (yüzde 44) davranışsal riskler arasında en yüksek ve en yaygın belirtilen vaka olarak öne çıktı.

"Kişisel hakların ihlali" Bu kategoride istek dışı iletişim (yüzde 37), tüm tehditler arasında ikinci sırada yer alırken, nefret söylemlerinde Türkiye, uluslararası orandan (yüzde 24'e karşın yüzde 15) daha yüksek bir seviye ile dikkat çekti

"Mahremiyet odaklı tehditler" Türkiye'deki kullanıcılar, uluslararası ortalama (yüzde 30) ile karşılaştırıldığında çevrimiçi ortamda mahremiyet içerikli tehditlere maruz kalma konusunda eşit bir oran gösterdi. İstek dışı cinsel içerikli mesajlaşma (alınan veya gönderilenler, yüzde 29) ve cinsel taciz (yüzde 18) en yaygın cinsel tehditler olarak öne çıktı.

"İtibar zedeleyici tehditler" İtibar zedeleyici riskler Türkiye'de internet kullanıcıları tarafından en fazla dile getirilen endişe olarak öne çıktı. Türkiye dışındaki araştırma sonuçlarında itibar

zedeleyici riskler yüzde 47 olarak gösterilirken, Türkiye'de bu oran yüzde 56 olarak gerçekleşti. Bu kategoride, siber zorbalık ve sanal taciz en önemli kaygı sebepleri olarak belirtilirken ankete katılan kullanıcıların yüzde 46'sı siber zorbalığı en rahatsız edici tehdit olarak değerlendirdi.

"Microsoft dijital nezaket için çalışıyor" Tüketicilere çevrimiçi ortamda güvende olmaları için sürekli araştırmalar yapan Microsoft, paydaşlarına ve kullanıcılara geri bildirimlerine dayanan yeni kılavuzlar ve ipuçları sunuyor.

Microsoft, çevrimiçi ortamda insanların korunmalarına yardımcı olan etkin kamu politikalarını desteklemek ve çözümler geliştirmek için avukatlar, endüstri ortakları ve hükümetlerle ortak çalışmalar da yürütüyor. Ayrıca, kendi ürün ve hizmetlerini çevrimiçi güvenliklerini artırmak için gerekli özellik ve becerilere yatırım yapıyor ve teknoloji yenilikleri konusunda işbirlikleri gerçekleştiriyor. Microsoft 2004 yılından bu yana her yıl 7 Şubat'ta Güvenli İnternet Günü kapsamında faaliyetlerde bulunuyor.

Teknoloji neredeyse



Shift Delete.Net

orada

www.shiftdelete.net

You Tube

in

s

t

fx

P



sosyopat 

Dijital Çözümler Sunar

www.sosyopat.com.tr