



2006'da
yeni
rekorlara

Burak Özer

Sayfa 3'te

Siyah+1 renk
dijital baskıda
yeni modeller

Sayfa 11'de

Xerox, Outsourcing
Zirvesi'ne katıldı
Sayfa 7'de

X E R O X T Ü R K İ Y E ' N İ N K U R U M S A L İ L E T İ Ş İ M D E R G İ S İ

XEROGRAFI

www.xerox.com.tr

Ocak - Şubat - Mart 2006 • Ücretsizdir

TAV,
Xerox'un
en havalı
müşterisi

Sayfa 3'te

Xerox'tan
doğrudan
pazarlama
stratejileri

Sayfa 6'da

Xerox
tasarımcılarla
buluştu

Sayfa 7'de

Yeni yıla
yeni hedeflerle



Lean Six Sigma uygulamaları, yeni bir kara kuşak projesiyle devam ediyor.

Bayilerin servis çalışmalarına kara kuşak ekibinden proje desteği

Servis verme yetkisine sahip Xerox bayilerinin servis uygulamalarının yönetimi konusunda yapılacak kara kuşak projesine Xerox içinde çok önem veriliyor. Kara Kuşak Takım Lideri Sinan Atılay'ın liderliğinde kurulan proje ekibinde Xerox International Grup Başkanı Alan Charnley ve Xerox Türkiye Servis Operasyonları

Direktörü Edson Brandao, İndirekt Servis Müdürü Meltem İmirzaloğlu, Direkt Servis Müdürü Bülent Balcı ve Muhasebe Müdürü İdris Kaboğlu yer alıyor. Projenin uygulama ekibi arasında Alan Charnley ve Edson Brandao'nun bulunması, Xerox'un bu projeye verdiği önemi gösteriyor. Projede ekibine Xerox'un yurt dışı yöneticilerinin de katılması, Lean

Six Sigma'nın, Xerox içinde önemli bir "iş yapma modeli" olarak uygulandığını açıkça gösteriyor.

"Bayilerin Verdiği Servis Uygulamalarının Yönetimi" adlı yeni Lean Six Sigma kara kuşak projesi, yetkili Xerox bayilerine devredilen servis çalışmalarının standartlarının belirlenmesi ve Türkiye'nin her köşesinde aynı kalitede servis verilebilmesi için yapılıyor. Bu kara kuşak projesinin 2006 yılı içinde tamamlanması planlanıyor. Bu proje kapsamında, müşteri memnuniyetsizliklerini ve kayıplarını minimuma indirip, olabilecek herhangi bir gelir kaybının önüne geçilmesi hedefleniyor.

Projenin uygulanması esnasında, bayi yapısı, servis uygulamaları ve servis veren bayi elemanlarının teknik bilgilerinin yeterliliği kontrol edilecek, tesbit edilen eksiklikler giderilecek. Müşterilerin Xerox ürünlerinin sarf malzemelerini kolayca temin etme durumu, Xerox bayilerinin yedek parça ve sarf malzeme konularında

müşteri ihtiyaçlarını ne derece karşılayabildikleri incelenecek. Böylece Xerox müşterilerinin, bayilerden aldığı teknik servisin kalitesinden memnuniyet dereceleri öğrenilerek, saptanan eksikliklerin giderilebilmesi için gerekli düzenlemeler yapılacak.

Xerox Merkez'le bayiler arasındaki iletişimin yapısını da yeniden düzenlemeyi planlayan "Bayilerin Verdiği Servis Uygulamalarının Yönetimi" adlı kara kuşak projesi ile daha sağlıklı, hızlı ve verimli bir bayi yönetim ağının kurulmasına çalışılıyor

Dünyada Lean Six Sigma'yı en iyi uygulayan şirketlerden biri olan Xerox, iş süreçleri üzerinde müşteri beklentilerine göre önemli değişikliklere gitti. Lean Six Sigma uygulamaları iş akışını hızlandırırken çalışanların zaman kaybını azaltıp verimliliklerini artırdı. Xerox'un, global pazarda rakiplerinden farklılaşmasında Lean Six Sigma uygulamaları önemli bir rol üstleniyor. ■



Sinerji

Sergey Chernovolenko



Yeni yıla girerken

Xerox Türkiye, açısından 2005 yılı gurur duyulacak olumlu gelişmelerin yaşandığı bir yıl oldu.

Öncelikle, ekipman satışında yüzde 39'luk büyüme ile birlikte yeni iş fırsatları oluşurken, süresi dolmuş sözleşmelerin de yüzde 95'i yenilendi. Buna paralel olarak da, "Müşteri Deneyimi" ve "Müşteri Memnuniyeti" alanlarında önemli

başarılar elde edildi. 2005 yılında Xerox Türkiye, farklı segmentlerde güçlü pazar etkinlikleri gerçekleştirdi. 2004 yılına oranla yüzde 40'luk bir artış sağlanarak 50 bin ünite kuruldu.

2005 yılı Xerox Türkiye açısından mükemmel bir yıldır.

Modern dünyada rekabetçi olabilmek için, her aşamada verimli olunması gerekiyor. Xerox Türkiye olarak verimliliği yakalayabilmek adına son iki yıldır, Lean Six Sigma

uygulamalarına odaklandık. Lean Six Sigma uygulamalarında elde edilen başarı ve yakalanan yüzde 23'lük ticari büyüme, 2005 yılını Xerox Türkiye açısından mükemmel bir yıl yaptı.

Şirketler; iş potansiyellerini büyütürken ticari riskleri öngörmek, azaltmak ve ortadan kaldırmak için "Dahili Kontroller" tarafından denetlenirler. Xerox Türkiye'nin 2005 yılında geçirdiği denetimler işlerin profesyonel olarak kontrol altında olduğunu ve verimliliğin giderek arttığını göstermektedir.

Xerox Türkiye'nin yönetim öncelikleri arasında 2005 yılında "Şirket Çalışanlarının Motivasyonu" başlığı yer aldı. 2003-2004 dönemine kıyasla bu konuda önemli gelişmeler yaşandı. Xerox için "Şirket Çalışanlarının Motivasyonu", 2006 yılının öncelikleri arasında yer almaya



devam edecektir.

Bunun yanı sıra Xerox Türkiye, müşteri odaklı çalışarak başarılı hizmet vermeye devam edecektir.

2005 yılında elde edilen başarılarla, 2006 yılında yeni başarılar ekleneceğine inanıyorum. 2005'teki başarıda imzası olan tüm Xerox Türkiye çalışanlarına, göstermiş oldukları özverili çalışmadan dolayı teşekkür ediyorum. ■

Finansal Bakış

Burak
Özer

2006'da yeni rekorlara

Xerografi'nin bu sayısında Xerox Türkiye Finans Bölümü'nün, 2003 yılında başladığı yolculuktan ve diğer birimlerden aldığı destekle ulaştığı noktadan sizlere bahsetmek istiyorum. Başarı kazanmak için bazen tek bir unsur yeterli değil, rekort kırmak için bütün kademelerde en iyi olmanız gerekir. Bu da ancak doğru planla ve bu planı en doğru şekilde uygulama ile olur.

Biliyorsunuz ki Xerox Türkiye, bağımsız firmalar tarafından düzenli olarak denetleniyor. Bunun yanı sıra bizim içimizde takip ettiğimiz ve "Yaşam İşaretleri (Vital Signs)" diye adlandırdığımız bir denetim prosedürümüz de var. Bu Xerox'un var olduğu tüm ülkelerde uygulanıyor. Bu prosedürün içinde yer alan unsurlar, her üç ayda bir

2005'in
üçüncü
çeyreğinde
yüzde 100
yeşil bir tablo
oluşturduk.

düzenli olarak kontrol ediliyor. Şirketler, ölçümlerin sonuçlarına göre yeşil, sarı, kırmızı diye adlandırılan gruplarda yer alıyor. Sonuçlarda yeşil çoğunlukta ise sağlıklı, sarılar çoğunlukta ise dikkat gerektiren, kırmızılar çoğunlukta ise yoğun bakıma ihtiyaç duyulan bir şirket profili ortaya çıkıyor.

Eğer Xerox Türkiye'yi rekorlar kıran bir sporcuya benzetirsek, sporcunun sağlığının da yeni rekorlar kırmasına elverişli olduğundan emin olmalıyız. İşte bu yaşam işaretleri de bizim işimizin ne kadar sağlıklı gittiğini bize gösteriyor. Bunun yanı sıra yaşanması muhtemel krizlere karşı Xerox Türkiye'yi uyararak önlem alınmasını sağlıyor.

Xerox Türkiye, 2004 ve 2005



yıllarında kırdığı rekorları bu ölçümlere borçludur. Xerox Türkiye için değerlendirme sonuçları, genelde yeşil olsa da bazı durumlarda çıkan sarı ve kırmızı sonuçları, bir sonraki dönem uygulamaya koyduğumuz eylem planları ile yeşile döndürerek ilerledik. Aldığımız koruyucu tedbirlerle, 2005'in üçüncü çeyreğinde yüzde 100 yeşil bir tablo oluşturduk. Bu Xerox tarihinde bir ilkti ve dünyadaki en sağlıklı işleyen Xerox ülkesi olduğumuzun tesciliydi.

Yazımın başında da belirttiğim gibi bu noktaya ulaşmak ve bu rekoru kırmak hiç kolay olmadı. İki yıldır, yüzde 100 başarının peşinde

bıkmadan koşan Finans Takımı'na ve onları en iyi olmak için destekleyen şirketin tüm birimlerine şahsım adına teşekkür ediyorum. Hazırladıkları bu ortamla artık 2006'da kendimize belirlediğimiz rekorlara ulaşmak için sağlığımızın yerinde olduğu tescil edildi. Bundan sonra hepimize düşen bu ortamı muhafaza etmek çünkü zirveye ulaşmak çok zor olsa da orda kalmak çok daha zordur ve bunu ancak en iyiler başarabilir.

Ne mutlu bize ki, en iyilerle çalışıyoruz. 2006'da yepyeni rekorları paylaşmak dileğiyle hepimizin yeni yılını kutlar sağlık ve başarı ile dolu bir yıl olmasını temenni ederim. ■

Xerox, çalışanlarının memnuniyetini ölçmeye yönelik araştırmalar da yapıyor.

Xerox çalışanları bu yıl daha bir memnun

Orta ve Doğu Avrupa, İsrail ve Türkiye (CIT) bölgesinde yapılan Çalışan Memnuniyeti Anketi'nde her kategoride gelişim

gösteren tek ülke Xerox Türkiye oldu. Anket sonuçları olumlu bir tablo çizerken, 2004'e oranla her kategoride yaşanan artış oranları da dikkat çekti. Araştırma Sonuçları'na göre birinci sırada önceki seneye göre yüzde 45 artış gösteren iş/özel hayat dengesi kriteri bulunuyor. İkinci sırada yüzde 41 ile gelişme olanakları kriteri yer alıyor. Üçüncü sırada ise yüzde 26 ile seçkin iş veren kriteri bulunuyor.

Çalışan Memnuniyet Anketi, 2004 yılına göre 2005 yılında Xerox çalışanlarının daha memnun olduklarını gösteriyor.

Çalışan Memnuniyet Anketi (ESS), 12-30 Eylül 2005 tarihleri arasında tüm Xerox Türkiye çalışanları tarafından yanıtlandı. ■



GenView® Araştırma Sonuçları

Çalışan Memnuniyeti Anket Kriterleri	2004-2005 Sonuçları Karşılaştırma %
İşin kendisi	9%
Amaçları ve Stratejiyi Anlamak	11%
Seçkin İşveren	26%
Müdür	22%
Çalışma Grubu	8%
Yetkilendirme	22%
Gelişme Olanakları	41%
İş/Özel Hayat Dengesi	45%
Temel Değerler	3%
Açık İletişim	35%
İş Güvencesi	36%
Şirketin Gittiği Doğrultuya İnanma	6%
Ödül ve Takdir Edilme	30%
Verimlilik	14%
Toplam Ücret	27%

Master kara kuşakla Lean Six Sigma söyleşisi

Türkiye'yi ziyaret eden Alicia Fernandez-Campfield, katıldığı çeşitli etkinliklerde Lean Six Sigma felsefesini ve Xerox'a kazandırdıklarını anlattı.

Xerox Gelişen Pazarlar Bölgesi Lean Six Sigma Uygulama ve Geliştirme Başkan Yardımcısı Alicia Fernandez-Campfield ile İstanbul'da Lean Six Sigma üzerine bir söyleşi yaptık.

Xerox'ta Lean Six Sigma çalışması ne zaman ve hangi nedenle başladı?

Xerox'da 2000 yılı itibarıyla Lean Six Sigma yaklaşımı, dünya çapında Xerox'un yönetim felsefesi olarak kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzün iş yaşamı, hepimizi, daha iyi, hızlı ve verimli olmaya zorlamaktadır. Bu çerçevede, birçok dünya lideri gibi Xerox da, uzunca bir süredir, kendisini geleceğe taşıyacak önemli projelerden biri olarak gördüğü Lean Six Sigma yaklaşımını başarı ile uygulamaktadır.

Lean Six Sigma uygulamaları ile ulaşmak istediğiniz hedeflerden bahsedebilir misiniz?

Lean Six Sigma, son dönemlerde Türkiye'de de yaygınlaştığını duyduğum, dünya üzerinde birçok şirketin çok başarılı sonuçlar elde ettiği bir yaklaşımdır. "Lean Six Sigma" yaklaşımını hayata geçirme nedenimiz; iş süreçlerini basitleştirmek, servis kalitemizi artırmak ve müşteri

odaklı bir yaklaşım izlemektir. Lean Six Sigma yaklaşımının uygulanmaya başlaması ile iş süreçlerimizde çok önemli değişikliklere gidilmiştir. Bu değişikliklerin başında, iş süreçlerimiz müşterilerimize değer katacak şekilde yeniden düzenlenmiş, çalışanların gereksiz zamanını alan, verimliliğini düşüren çalışma ve uygulamalar ortadan kaldırılmıştır. Böylece iş hedeflerine daha iyi bir odaklanma sağlanırken, çalışanların da yaptıkları işlerden doyum sağlamaları temin edilmiştir.

Six Sigma ile Lean Six Sigma arasında uygulama açısından ne tür farklılıklar var?

Lean terimi istatistiksel bir terimdir. Amacı, iş süreçleri içinde yer alan ve müşteriye değer katmayan hizmet ve iş süreçlerini ortadan kaldırmaktır. Bunun yanı sıra, süreçlerin hızlandırılmasına yönelik çalışmalar yapmak ve iş süreçlerinin iş üzerindeki etkisini ölçerek, müşteriye değer katan yeni iş süreçlerini tanımlamaktır. Six

Sigma ise üretilen ürün, hizmet ve süreçlerin kalitesinin yükseltilmesine yönelik çalışmalar içerir. Six Sigma, üretilen ürün ve hizmetlerin daha kısa

zamanda, en az maliyetle nasıl yüksek kaliteyle müşteriye ulaştırılacağını belirler. Bunu sağlayacak istatistiksel ölçümler ve analiz tekniklerini ortaya koyar.

Xerox, kârlılık, büyüme ve yeni iş fırsatlarının yakalanmasına yönelik iş sonuçlarına ulaşmak, yöneticiler arasında liderlik özelliklerini geliştirmek ve müşteri odaklı bir şirket kültürü geliştirmek üzere Lean Six Sigma uygulamaktadır. Xerox bu bağlamda şirket çalışanlarının gelişimine katma değer yaratmak ve kültürel değişikliği sağlamak istemektedir. Lean Six Sigma'yı en üst yönetim katmanından, en alt kademe çalışanına kadar herkesin dahil olduğu bir yaklaşımla uygulamaya başlamıştır.

Lean Six Sigma ile Xerox'ta ne tür iyileştirmeler sağlandı? Bu geri dönüşümleri ölçümlenebilir mi?

Lean Six Sigma ile hızlı ve günü kurtaran çözümler yerine, Xerox'un en çok sıkıntı çektiği konuları daha kapsamlı bir metod çerçevesinde masaya yatırma şansı bulabildik. Gerekli önem, zaman ve uygun araçları kullanarak kalıcı çözümler sağlayabildik. Müşterilere geri dönüş sürelerimizi azalttık, daha profesyonel bir müşteri ilişkisi kurduk ve herkesin aynı kalitede hizmet vermesini sağlamaya çalıştık. Müşterilerin isteklerine göre yeni kural ve standartlar belirledik, servis süreçlerimizi yalın-

laştırdık ve finansal süreçleri iyileştirdik. Bütün bunlar Xerox'da Lean Six Sigma ile elde ettiğimiz sonuçlar oldu. Tüm bu konularla ilgili yapılan projelerin sonunda ölçümler yapıldı. Proje başında konulan amaç ve beklentilere ne derece ulaşıldığı ölçümlendi. Xerox, 2005 yılında gerçekleştirilen Lean Six Sigma projeleri ile yüz milyonlarca dolarlık bir tasarruf ve kazanç sağladı. ■

**Xerox,
2005 yılında
gerçekleştirilen
Lean Six Sigma
projeleri ile yüz
milyonlarca
dolarlık
tasarruf ve kazanç
sağladı.**



Atatürk Havalimanı Dış Hatlar Terminali'ni yapmak üzere kurulan TAV, şu an alanında dünyanın önde gelen firmalarından biri.

TAV, Xerox'un en havalı müşterisi

TAV, şu an havalimanı inşaatı, yolcu terminal işletmeciliği, finansman ve danışmanlık hizmetleri konularında birçok projeye imza atıyor. Bilgi İşlem ve Otomasyon Direktörü Birol Bakırsever ile TAV'ın projeleri ve Xerox ile 2000 yılından beri devam eden işbirliği üzerine konuştuk.

TAV hakkında kısaca bilgi verir misiniz?

TAV, 1997 yılında Atatürk Havalimanı Dış Hatlar Terminali'nin yap-işlet-devret projesinin ihalesine katılmak için Tepe, Akfen ve Vie gruplarının konsorsiyumuyla kuruldu.



TAV, ihaleyi kazandıktan sonra 22 ay gibi kısa bir sürede Atatürk Havalimanı'nın inşaatını, tüm sistemleriyle çalışır hale getirerek tamamlayarak 10 Ocak 2000 tarihinde hizmete açtı.

Tepe Grubu ve Akfen Holding, gerek Türkiye'de gerekse uluslararası alanda, inşaat, ürün imalatı, tesis yönetimi, sigorta, güvenlik hizmetleri, eğlence ve turizm alanlarında faaliyet gösteren büyük Türk firmalarıdır.

TAV'ın projeleri hem yurtiçinde hem de yurtdışında devam ediyor. Kahire Havalimanı TB 3, Tiflis Uluslararası Havalimanı ve Dubai'de Emirates'in yüksek mühendislik gerektiren çelik çatı hangarı, Ankara Esenboğa Havalimanı Yeni İç-Dış Hatlar Terminalleri Binası ve İzmir Adnan Menderes Havalimanı devam ettirdiğimiz projelerimiz arasında yer alıyor.

TAV bilgi işlem olarak ne tür hizmetler veriyorsunuz?

Atatürk Havalimanı Dış Hatlar Terminali projesinin bitirilmesinin ardından, 1999 yılında TAV Bilgi İşlem

Direktörlüğü'nü kurduk. Bilgi İşlem olarak Atatürk Havaalanı Dış Hatlar Terminali'ndeki bilgi işlem altyapısının işletim ve kontrolünü yapıyor, check-in, bagaj eşleme, uçuş bilgi vb. gibi operasyonel sistemleri ve şirketin tüm finansal sistemlerinin işletimini yapıyoruz.

TAV'ın teknolojik altyapısını yurtdışındaki havalimanı işletmecileriyle karşılaştırabilir misiniz?

TAV'ı teknolojik altyapı anlamında değerlendirdiğimizde, birçok yapımcı ve işletmeci şirkete göre fazlası olduğunu görüyoruz. Çünkü TAV'ın iki şapkası var ve ikisini de aynı anda takıyor. TAV, yapım ve işletmeci anlayışını bir arada kullanabilen bir firma, bu açıdan rakiplerimizden ileride olduğumuzu düşünüyorum.

Yapım sırasında detay dizaynlarımızı yaparken, öncelikle işletmeci gözlüğümüzü takıyoruz. Bizim artımız yapım aşamasında işletmeci gözlüğümüzle de bakıp, ona göre bir plan hazırlıyor olmamız. Çünkü inşa edilen bir yapının üzerine kurulan sistemlerin işletmeye etkisi son derece fazladır. Tasarım sırasında yapılmış bir yanlışlık, yolcu akışından uçuş güvenliğine kadar birçok noktada problem yaratabilir.

TAV olarak tamamladığınız IT projelerinden bahsedebilir misiniz?

TAV Yatırım Holding çatısı altındaki tüm şirketlere bilgi sistemleri çözümleri sağlamak ve sektörde havaalanı entegrasyonu konusunda diğer firmalara çözüm ve hizmetler

sunmak üzere TAV Bilişim A.Ş.'yi kurduk.

Bilgi İşlem Direktörlüğümüz, Atatürk Havalimanı Dış Hatlar Terminali'nin tüm operasyonel ve finansal sistemlerinin entegre olduğu bir yapıyı hayata geçirdi. 20 kişilik AR-GE ekibimizle özel bir terminal işletmesinin her türlü ihtiyacını karşılayacak bir yazılım geliştirdik ve bu yazılımı 2006 yılında piyasaya süreceğiz. Yazılımımızın mimarisi, platform bağımsız olacak ve herhangi bir havaalanı sistemine uyum sağlayacak. Bu yazılım, yolcunun uçuş konusunda bilgilendirilmesini sağlayan uçuş bilgi sistemleri, check-in yapabilmesini sağlayan check-in sistemleri, lazerli uçak yanaştırma sistemleri, bagaj sistemleri gibi çeşitli sistemlerle entegrasyon çözümleri barındırıyor.

Xerox ile TAV'ın iş ortaklığını tanımlar mısınız? Bu ortaklığın size sağladığı avantajlar neler oldu?

TAV olarak ihalelere girdiğimiz için standart bir baskının dışında ihtiyaçlarımız oluyor. Örnek vermek gerekirse en son 400 kiloluk dokümanla bir ihaleye katıldık. Yani bizim ciddi bir doküman üretme ihtiyacımız var. Ayrıca bu belgelerin, düzgün bir şekilde ciltlenmiş ya da dosyalanmış olması gerekiyor. Doküman ihtiyacımız sadece A4 boyutunda da değil, dizayn ofisimiz olduğu için A3, A0 kopyalara da ihtiyaç duyuyoruz. Bu noktada ofislerimizdeki makineleri Xerox baskı sistemleriyle değiştirdik, ardından da

"Xerox ile işbirliğine gitmemiz bize birçok fayda sağladı."



Xerox'la Xerox Global Hizmetler (XGS) hizmetleri kapsamında anahtar teslim bir anlaşma yaptık. Biz hiç bir işe karışmıyoruz. Xerox kendi makineleri, elemanları ile onlara ayırdığımız yerde bize hizmet veriyor. Bugüne kadar da, çalışanlarımızdan Xerox ile ilgili ne bir problem duydum, ne de aksayan bir iş.

Xerox ile işbirliğine gitmemiz bize birçok fayda sağladı. Eski ve bugünkü fiyatları karşılaştırdığımızda, şu anda çok daha avantajlıyız. Daha önce makinenin, sarf malzemenin, yedek parçanın bedeli bizim gider kalemi-mizde yüksek rakamlara denk geliyordu. Ama şimdi, ihtiyaçlarımızın hepsini Xerox karşılıyor, ayrıca Xerox tarafından görevlendirilen operatör sayesinde de yedek parça, servis ve arıza gibi problemlerle karşı karşıya kalmadan sonuca ulaşıyoruz. Bu yüzden bundan sonrası için de Xerox'un yeni çözüm ve hizmetleriyle ilgili ile her türlü işbirliğine hazırız. ■



TAV Bilgi İşlem ve Otomasyon Direktörü Birol Bakırsever

Xerox, yeni yüksek kapasiteli dijital baskı sistemlerini İzmir'deki MAKRO 05 Fuarı'nda Egeli matbaacılara sergiledi.

Egeli Matbaacılar MAKRO 05'te buluştu

Xerox'un Ege bölgesindeki iş ortaklarından Gen Elektronik ile matbaacılara yönelik yüksek kapasiteli dijital baskı sistemlerini 16-20 Kasım 2005 tarihleri arasında İzmir'de düzenlenen MAKRO 05 fuarında tanıttı. Ege Bölgesi'nde gerçekleştirilen ilk matbaacılık fuarı olan MAKRO 05, Mayıs ayında İstanbul'da yapılan matbaacılık fuarından sonra Türkiye'deki en büyük matbaacılık fuarı olma özelliğini de taşıyor.

MAKRO 05'te tanıtılan yüksek kapasiteli Xerox dijital baskı sistemleri arasında, Xerox DocuColor 5252, Xerox DocuColor 250, Xerox DocuColor 12, Xerox 4110, Xerox 8142/8160, WorkCentre 175 ve WorkCentre M24 bulunuyor. Fuarda tanıtılan diğer Xerox ürün ve çözümleri arasında, küçük ve orta ölçekli ofislere yönelik siyah beyaz ve renkli lazer yazıcılar ile çok fonksiyonlu baskı sistemleri de yer aldı.



Alicia Fernandez-Campfield, Ulusal Kalite Kongresi'nde yaptığı konuşmayla Xerox'un 2000'li yılların başında yaşadığı finansal sorunlardan kurtulmasında büyük rol oynayan Lean Six Sigma Uygulamaları'nı aktardı.

Master Kara Kuşak Türkiye'deydi



Xerox Gelişen Pazarlar Bölgesi Lean Six Sigma Uygulama ve Geliştirme Başkan Yardımcısı Alicia Fernandez

Vizyondan Eyleme teması ile 16-17 Kasım 2005 tarihleri arasında Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı'nda düzenlenen 14. Ulusal Kalite Kongresi'ne Xerox Gelişen Pazarlar Bölgesi Lean Six Sigma Uygulama ve Geliştirme Başkan Yardımcısı Master Kara Kuşak Alicia Fernandez-Campfield konuk konuşmacı olarak katıldı.

KalDer tarafından düzenlenen 14. Ulusal Kalite Kongresi'nde Alicia Fernandez-Campfield, "Üretim Dışı Uygulamalarda, Hizmet Sektöründe 6 Sigma Uygulamaları" adlı oturumda, "Daha Akıllı, Çabuk ve Daha İyi" başlıklı sunumuyla beğeni topladı.

Alicia Fernandez-Campfield yaptığı sunumda Xerox'un dünya üzerinde uyguladığı Lean Six Sigma stratejilerini ve başarılı Lean Six Sigma uygulamalarını dinleyicilerle paylaştı. Lean Six Sigma çalışmalarının mali anlamda Xerox'a neler kazandırdığı, iş süreçlerinde ne gibi iyileştirmeler sağladığı ve Xerox müşterilerinin Lean Six Sigma yaklaşımından neler elde ettiği üzerinde duran Alicia Fernandez Campfield, aktardığı başarı öyküleriyle Türkiye'deki birçok firmaya Lean Six Sigma projelerini nasıl uygulamaları gerektiği konusunda bilgi verdi.

Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı'nda 8-9 Aralık 2005 tarihlerinde düzenlenen 6. Pazarlama Zirvesi'ne Xerox da katıldı.

Xerox'tan doğrudan pazarlama stratejileri

Ya düşünmedikleriniz doğruysa? sloganıyla gerçekleştirilen 6. Pazarlama Zirvesi'nde doğrudan pazarlamanın kârlılığa etkisi üzerine bir sunum gerçekleştiren Xerox Türkiye Pazarlama Direktörü Pelin Çağlar, rekabet gücünün ve müşteri bağlılığının birbirlerine paralel kavramlar olduğunu belirtti. Firmaların müşterileriyle iletişim kurarken tüm pazarlama araçlarını kullanıp kullanmadıklarının sorgulanması gerektiğini ifade eden

Çağlar, "Müşteriyle iletişimde en etkili yollardan biri doğrudan pazarlamadır. Kârlılık artışında doğrudan pazarlama yöntemlerinin olumlu etkisi göz ardı edilmemelidir. Toplu bir şekilde genel kitlelere yapılan kampanyaların istenen sonuçlara ulaşmadığı bir pazar ortamında yer almaktayız. Müşterilere kendilerini özel hissettirmek ve size sadık kalmalarını sağlamak istiyorsanız, doğrudan pazarlama yöntemlerini işinizde etkin bir şekilde kullanmalısınız" diye konuştu.



Xerox Türkiye Pazarlama Direktörü Pelin Çağlar

7. Performans ve Motivasyon Yönetimi Zirvesi, 23-24 Kasım 2005 tarihlerinde düzenlendi.

Xerox'un performansı zirveye konu oldu

Xerox'un Orta ve Doğu Avrupa, İsrail ve Türkiye Bölgesi(CIT) İnsan Kaynakları Direktörü Dana Untescu'nun da katıldığı zirvede, performans değerlendirme, ödül planı ve eğitim gibi önemli konular masaya yatırıldı.

"Değer Merkezli Organizasyonlarda Performans Yönetimi'nin Etkisi: Xerox Vaka Çalışması" başlıklı bir sunum gerçekleştiren Dana Untescu, performans yönetiminin öncesini ve sonrasını örnek uygulamalarla değerlendirdi.



Orta ve Doğu Avrupa İnsan Kaynakları Direktörü Dana Untescu



Xerox, Outsourcing Zirvesi 2005'te bir sunum gerçekleştirdi.

Bildiğiniz işi yapın gerisini uzmanına bırakın

Xerox Global Hizmetler Satış Müdürü Gülçin Uysal, "Bildiğiniz İş Yapın, Gerisini Uzmanına Bırakın" başlığıyla Outsourcing Zirvesi 2005'te bir sunum gerçekleştirdi. Maliyetleri azaltmak, performans ve verimliliği yükseltmek için dış kaynak kulla-

nımının önemi üzerinde duran Xerox Global Hizmetler Satış Müdürü Gülçin Uysal, "Dış kaynak kullanmak, firmaların uzmanlık alanlarına ve asıl işlerine odaklanmalarını sağlayacaktır. Bu sayede firmalar küresel rekabet ortamında avantaj elde edeceklerdir" dedi.

Xerox; 20 Aralık 2005 tarihinde İstanbul İş Sanat Merkezi'nde düzenlenen Adobe Creative Suite 2 Lansman Toplantısı'nın altın sponsoruydu.

Xerox tasarımcılarla buluştu

Reklam, yayın, fotoğrafçılık, matbaacılık, 3D, mimari, mühendislik ve iletişim gibi farklı sektörlerden profesyoneller bir araya geldi. Etkinlikte, Xerox Grafik Sanatlar Sektörü Satış Müdürü Doruk Aksoy "Doğrudan Pazarlama" konusunda sunum yaptı. Katılımcıların doğrudan pazarlama konusunda

bilgirendiren Aksoy, pazarlama üzerine verdiği örneklerle firmalara müşteri iletişimde fark yaratmanın yollarını aktardı.

Xerox standını ziyaret eden katılımcılar, dijital baskı üzerine profesyonel bilgi alıp, Xerox iGen3 ile basılmış örnekleri inceleme fırsatı buldular.



Yüksek Kapasiteli Dijital Baskı Sistemleri Ürün Müdürü Kaan Özü



Xerox Grafik Sanatlar Sektörü Satış Müdürü Doruk Aksoy



Multimedya Bilgisayar A.Ş. Genel Müdürü Erhan Caniklioğlu

Bilişim sektöründe 10. yılını kutlayan Multimedya Bilgisayar, Xerox ürünlerinin distribütörlüğünü de yapıyor.

Multimedya Bilgisayar 10 yıldır Türkiye'yi teknolojiyle buluşturuyor

Multimedya teknolojisinin önemini yıllar öncesinden farkedenden Multimedya Bilgisayar A.Ş., bilişim sektöründe 1996'dan bu yana hizmet veriyor. Bu yıl 10. yıllarını kutladıklarını söyleyen Multimedya Bilgisayar A.Ş. Genel Müdürü Erhan

Caniklioğlu ile gerçekleştirdiğimiz röportajda sektörün ve Multimedya'nın planlarını değerlendirdik.

Multimedya hakkında bilgi vermişsiniz? Kısaca kuruluş öyküsü ve faaliyetlerinden bahsedebilir misiniz?

Multimedya 1996 yılında kuruldu. Multimedya olarak 900'ü aşkın bayimizle, Hyundai, Leadtek, Sony, Plantronics, Ag Neovo, MSI, Apache, Creative, Mustek, Avermedia, Xerox, A4-Tech, Jazz gibi önde gelen markaların binden fazla ürününü Türkiye pazarına sunuyoruz.

Bilişim sektöründe komponent'ten audio visual döneme geçişin sinyallerini yıllar öncesinde fark ettik. Dönemin oyuncularından sıyrılarak multimedya teknolojilerindeki devrim niteliğindeki gelişmeleri kendimizle özleştirdik ve sektöre yeni bir ruh getirdik. Dijital dünyanın gerektirdiği hız, kararlılık ve ürün çeşitliliğini bir arada tüketicilere sunuyoruz. ADSL & Modem, anakart, doküman tarayıcı, DVD player, ekran kartı, notebook, mp3 player, mouse, tarayıcı, web kamera, yazıcı, usb flash disk gibi günlük hayatınızda ya da iş yaşamınızda kullanabileceğiniz pek çok ürünü tüketicilere ulaştırıyoruz.

Multimedya olarak sektöre ne katmak istediniz, şu anda kendinizi sektörde nerede konumlandırıyorsunuz?

Distribütörlüğünü yaptığımız dünyaca ünlü markaların ürünlerini Türkiye'ye getiriyoruz. Türkiye'nin teknolojik yenilikleri takip etmesine büyük bir katkı sağlıyoruz. Türkiye'nin neresinde olursanız olun 900'ün üzerinde bayimizle teknolojiyi ayağınıza getiriyoruz. Bu bağlamda sektördeki konumumuzun önemini farkındayız. Rakiplerimizle girdiğimiz mücadeleyle de sektörümüzü daha ilerilere taşımaya amaçlıyoruz.

Multimedya olarak güçlü kadromuz, yaygın servis ve lojistik ağımla ile multimedya teknolojisini tüketicilere ulaştırmayı hedefliyoruz.

Xerox ile Multimedya'nın iş ortaklığını tanımlar mısınız? Bu ortaklığın size sağladığı avantajlar neler oldu? Bu ortaklıkla neleri amaçladınız?

Dünyaca ünlü teknoloji şirketi Xerox ile yıllardır sürdürdüğümüz beraberliği ileride de devam ettirmeyi amaçlıyoruz. Xerox ile distribütörlük anlaşmamız uzun yıllara dayanıyor. Xerox'un iş ortağı olmak Multimedya'ya iş dünyasına girişte vize oluyor. Bu nedenle dijital baskı sistemlerinin dışında monitör, projektör gibi ürünlerde de Xerox ile distribütörlük anlaşması yaptık. Bu bağlamda Xerox markasını Multimedya teknolojiyle bütünleştirmek temel stratejimizdir.

Kaliteli hizmet için nelere önem veriyorsunuz?

Dünyanın en iyi teknoloji markalarının Türkiye temsilciliğini yapıyorsanız zaten kalite kavramına uzak olmamanız gerekiyor. Ürünlerin kalitesine paralel olarak hem satış hem de servis anlamında kaliteli hizmet vermelisiniz. Kalitenin diğer bir ayağı da müşteri memnuniyetine dayanıyor. Müşteri memnuniyeti ise bizim çalışma prensibimizin temelini oluşturuyor. Kaliteli hizmete fazlasıyla önem veriyoruz. Multimedya'nın kalitesini artırmak için şirket içi eğitimler düzenliyoruz. Bu eğitimlerle teknik destek hizmetimizi güçlendirmenin yanı sıra çalışanlarımızın iş motivasyonlarını da artırmayı hedefliyoruz.

2005 yılını nasıl kapatıyorsunuz? 2006 yılı hedeflerinizden bahsedebilir misiniz?

Yeni yılda, öncelikle ürün çeşitliliğimizi artırmayı amaçlıyoruz. Bunun için 2006 yılında taşınabilir bilgisayar ve kablosuz bağlantı çözümlerine ağırlık vermeyi planlıyoruz. Bu doğrultuda dünyanın önde gelen şirketleriyle kurduğumuz temaslardan olumlu sonuçlar alıyoruz. 2005 yılı ciro ve hedeflerimizi göz önüne alırsak Multimedya olarak 2006 yılında sektörde ilk beşe girmeyi hedefliyoruz. Ayrıca, 2006 yılında AG Neovo, Sony Vaio ve Plantronics gibi dünyaca ünlü markaların da distribütörlüğünü yapacağız. Böylece Türkiye temsilciliğini gerçekleştirdiğimiz markaların sayısı da 18'e çıkacak. ■

"Xerox'un iş ortağı olmak, iş dünyasına girişte vize oluyor."



Serviste Kalite

Edson
Brandao



Satış sonrası destek

2006 yılına stratejik açıdan hızlı bir başlangıç yapmayı planlıyoruz. Müşteri Hizmetleri Operasyonu'nun hizmet kalitesini daha da arttırmak için bazı süreçler üzerinde son düzenlemeleri yapıyoruz. Hedefimiz, Xerox müşterilerine verilen hizmet kalitesinin çitasını daha da yükseltmek.

Müşteri memnuniyetinin en önemli kıstası satış sonrası destek verdir. Satış sonrası destek veren, makineleri kuran, müşteri üretimlerini takip eden, müşterilerden gelen telefonları yanıtlayan çalışanlarımız, çok önemli bir görevi üstlendiler. 2005 yılında satış sonrası destek hizmeti veren çalışanlarımız,

Xerox Türkiye'nin başarısında önemli rol oynadılar.

Müşteri memnuniyetinin en önemli kıstası satış sonrası destektir.

Müşteri Hizmetleri Operasyonu elemanları 2005'in ilk yarısında DMO'dan En İyi Global Hizmet Ödülünü, Xerox Uluslararası Grup (XING)'tan Servis Maliyet Oranı ödülünü, Orta ve Doğru Avrupa, İsrail ve Türkiye (CIT)'den Hizmette Mükemmel Performans ödülünü kazandı. Bütün bunlar, Müşteri Hizmetleri Operasyonu elemanlarımızın kazandığı ödüllerdir. Tüm Xerox Türkiye Müşteri Hizmetleri Operasyonu personeline gösterdikleri bu performanstan dolayı teşekkür ediyor, yeni yılda da başarılarının devamını diliyorum.

2005 yılı servis istatistikleri

- Çağrı Merkezimize, 45.000'in üzerinde servis talebi gelmiştir. Bu rakam, eleman başına 5000 adet servis talebi anlamına gelmektedir.
- Ofis Sistem Grubu taleplerinin yüzde 24'ü ve Masaüstü Yazıcı Grubu servis taleplerinin yüzde 42'si, ilk irtibatla Çağrı Yardım Birimleri tarafından giderilmiştir.
- İşyerine gelen servis çağrılarının 24.000'e yakını, ortalama 5 saat müdahale süresi ile ele alınmıştır.
- İşyerlerinden gelen, 1128 adet Satış Sonrası Analist servis çağrısı cevaplandırılmıştır.
- Servis ve kurulum için, gece ve hafta sonlarında 8700 saat fazla mesai yapılmıştır.
- Müşteri Hizmet Mühendisleri ve Çağrı Yardım Birimleri için toplam 10.000 saat genel, teknik eğitimler ve atölye çalışmaları yapılmıştır.
- Yetkili Servis Sağlayıcı'ların Müşteri Hizmet Mühendisleri için toplam 12.000 saat genel, teknik eğitimler ve atölye çalışmaları yapılmıştır.
- Xerox Hizmet Sözleşmeli (XMS) işyerlerinde, 1.3 milyar sayfa siyah-beyaz ve 12 milyon sayfa renkli baskı yapılmıştır.
- Servis Anlaşmalı Xerox Müşterileri'nde (FSMA), 168 milyon sayfa siyah-beyaz ve 30 milyon sayfa renkli baskı yapılmıştır.
- 656 Yetkili Servis Sağlayıcı'ya teknik destek verilmiştir.
- 2005'in son üç aylık döneminde, satış sonrası hizmetlerde, yüzde 96 genel müşteri memnuniyetine ulaşılmıştır.
- Yetkili Servis Sağlayıcı yöneticileri ve danışmanları için toplam 480 saatlik eğitim semineri düzenlenmiştir.
- Masaüstü Yazıcı Grubu, Servis Mühendisleri ve Çağrı Merkezi Elemanları için düzenlenen toplam 1440 saatlik eğitim verilmiştir.
- Yetkili Servis Sağlayıcı ziyareti için toplam 1080 saat ayrılmıştır.
- Yetkili Servis Sağlayıcı'ların müşterilerinin ziyaretlerine toplam 800 saat ayrılmıştır.

Türkiye genelindeki tüm Xerox bayileri İstanbul'da toplandı.

Xerox bayileri bir araya geldi

Xerox'un Türkiye genelindeki bayilerinin satış elemanları için Klasis Golf Resort'ta 10-12 Kasım tarihleri arasında özel bir eğitim düzenlendi. Müşteri memnuniyetine verdiği önemle tanınan Xerox, bayi elemanlarının da aynı duygu ve düşüncelere sahip olması için onlara yoğun eğitimler veriyor. Klasis Golf Resort'ta düzenlenen eğitim çalışmasının ilk bölümünde satış taktikleri konusuna, ikinci bölümde ise yeni Xerox ürünlerini tanıtmaya yönelik eğitimler verildi. Eğitime katılan Xerox bayileri hem satış becerilerini geliştirdiler hem de Xerox ürünleri hakkında yeni bilgiler edindiler.

Farklı illerdeki Xerox bayi ve elemanlarını Xerox çalışanlarıyla bir araya getiren bu etkinlik, son derece faydalı eğitimler içermesinin yanı sıra, iletişimi artırıcı sosyal bir etkinlik olma niteliği de taşıyordu. Xerox bayi ve elemanları, çalışma bölgelerindeki ihtiyaç ve beklentilerini sosyal bir ortamda ilgili Xerox yöneticilerine aktarma fırsatı da buldular. ■



Dünyanın en hızlı dijital baskı sistemi Xerox iGen3'ü Türkiye'de kullanan işletmelerin sayısı giderek artıyor.

Xerox iGen3 dijital baskının sınırlarını belirliyor



Xerox iGen3 ile kitap, kitapçık, dergi, broşür, kullanım kılavuzu, katalog, fatura, ekstre gibi farklı uygulamalar, aynı anda binlerce kişiye özelleştirilerek basılabiliyor. Xerox, on beş yıl önce dünyanın ilk ağ bağlantılı yüksek hacimli dijital baskı sistemi DocuTech'i piyasaya sunarak baskı teknolojilerinde yeni bir dönemi başlattı. Bu alanda pazar lideri olan Xerox, dijital baskıda yeni bir kategori tanımlamak için kullanılan Xerox iGen3 ile baskı dünyasını yeniden şekillendiriyor.

Geliştirilmesi için 1 milyar dolarlık AR-GE harcaması yapılan, yüksek hacimli renkli dijital baskı teknolojisi iGen3, DocuTech'lerden sonra Xerox'un en büyük buluşu olarak nitelendiriliyor. Xerox iGen3, şu an dünya üzerinde matbaacılıktan medyaya, finans sektöründen otomotive birçok alanda yoğun talep görüyor. Üzerinde 500 ayrı teknolojik özelliğin patenti bulunan Xerox iGen3, özellikle işi baskı olan kuruluşlara önemli fırsatlar sunuyor.

Xerox iGen3'ün saatte 6 bin 600 sayfaya ulaşan tam renkli baskı hızı,

ekonomik baskı maliyeti ve çarpıcı baskı kalitesi dikkat çekiyor. Ayrıca kişiye veya özel gruplara özel doküman üretmek doğrudan pazarlama yapmak isteyen firmalara önemli avantajlar sağlıyor. Xerox iGen3, zarf ebatından 367 x 571 mm'ye kadar tüm kağıt ebatlarının üzerine 4 renk baskı yapabiliyor. Kuru mürekkep teknolojisi ile tek geçişte gerçek renk kalitesi sunan Xerox iGen3, kağıdın ön ve arka yüzlerine baskı yapabiliyor. Xerox iGen3, tek nokta transfer baskı teknolojisi, kağıt sıkışmasını ortadan

kaldıran doğrusal baskı yolu, ağır kağıtlarda da aynı hızla baskı yapabilme özelliklerine de sahip. 60 - 350 gram arasındaki materyallerin üzerine baskı yapabilen Xerox iGen3, baskı devam ederken kağıt ekleme, mürekkep değiştirme ve baskı ayarlarını yeniden düzenleme imkanı veriyor.

Bunun yanı sıra, Xerox iGen3 sayesinde ofset baskıyla yapılabilen birçok uygulama dijital baskıyla da yapılabiliyor. Tabii ki dijital baskının her türlü değişken veriyi basabilme üstünlüğünü de gözden kaçırmamak gerekiyor. ■

Print Center, Xerox'un en üst seviye dijital baskı sistemi iGen3'ü Türkiye'de ilk kullanmaya başlayan işletme.

Print Center, en ileri baskı teknolojisini kullanıyor

Türkiye'nin ilk Xerox iGen3'ü geçtiğimiz aylarda Print Center'da kuruldu. Print Center, katalog, dergi, dönkart, dosya, takvim gibi birçok uygulamaya yönelik hizmet veriyor. Türkiye'de matbaa ve dijital baskıyı bir arada sunan Print Center, farklı uygulamaları tek çatı altında toplamasıyla dikkat çekiyor.

Print Center'da kurulan Xerox iGen3'ün baskı ebadı ve kapasitesiyle müşterilerine büyük avantaj sağladığını söyleyen Print Center ortaklarından Şamil Kazmaz, Print Center'ın eskisine oranla daha ekonomik, yaratıcı ve hızlı çözümler sunduğunu vurguladı.

Print Center'ın tam donanımlı bir matbaa ve dijital baskı merkezinin birleşimi olarak hizmet verdiğini ifade eden Kazmaz, matbaa ve dijital baskıyı bir arada bulundurarak ge-

len talepleri karşılamak için "Doküman Yönetim Danışmanı" gibi hareket ettiklerini belirtti.

Şamil Kazmaz, "Print Center, gelişmiş ofset ve dijital baskı ekipmanı, baskı öncesi ve sonrasındaki güçlü organizasyonu ile sektörde çok farklı bir yerde konumlanıyor. İşleri tam zamanında hazırlayıp, istenen yere teslim ediyoruz.

Siparişlerin çok acil, az ya da çok adette olması verdiğimiz hizmeti farklılaştırıyor. Print Center'da mut-

laka işleri çözecek bir yöntem bulunuyor." şeklinde konuştu.

Xerox'un en üst modeli iGen3'ü Ekim 2005'te kurarak Türkiye'de bir ilki gerçekleştirdiklerini belirten Kazmaz, Xerox iGen3'ün Print Center'da kullanılmaya başlanmasıyla dijital

baskının ulaştığı noktayı da gözler önüne serdiklerini ifade etti. Xerox iGen3'ün baskı kalitesinin ofset baskıya çok yakın olduğunu altını çizen Kazmaz, "Xerox iGen3, 35x50 ebada ve 350 gr.'a kadar kalınlıktaki kartonlara baskı yapabiliyor" dedi. ■

**"Xerox iGen3,
35x50 ebada ve
350 gr.'a kadar
kalınlıktaki
kartonlara baskı
yapabiliyor"**



Siyah+1 renk dijital baskıda yeni modeller

Dijital ve kişiye özel baskıya yön veren Xerox, makine modellerine her yıl yenilerini ekliyor. Xerox dijital baskı sistemleri ile kredi kartı ekstreleri ve faturaları,

kartvizit, broşür, kitapçık, rapor, kitap gibi onlarca farklı uygulama basılabiliyor.

Türkiye'de kurulu olan 300'ün üzerindeki yüksek kapasiteli dijital

baskı sistemlerinin 50'den fazlası, siyah beyaz artı ekstra bir renk basabilme özellikleriyle dikkat çekiyor. Türkiye'de Xerox 4890, en yaygın kullanılan siyah + 1 renk dijital baskı sistemidir. Onun takipçisi de Xerox 92C'dir. Xerox, 2005 yılında Docutech 128 HLC ve DocuTech 180 HLC modellerini de ürün gamına ekleyerek model sayısını arttırdı. Dakikada 92 sayfa basabilen 4890 ve 92C'ye nazaran yeni modeller dakikada 128 ve 180 sayfa basabilme hızına eriştiler.

DocuTech 128 HLC ve 180 HLC, yüksek hızları yanında uzun servis aralıkları sayesinde maksimum verimlilik sağlıyor. Bu makineler, Amerika ve Batı Avrupa ülkeleriyle beraber 2004 yılında Türkiye'de de kuruldu. 2004 yılından itibaren yazılım yenilemeleriyle baskı kalitesi ve servis aralığı artan DocuTech 180 HLC'ler,



DocuPrint 92C modelini aştı. Sonuç olarak, DocuTech 128 HLC ve DocuTech 180 HLC, Xerox'un öncülüğünü yaptığı siyah beyaz + 1 renk baskı teknolojisinde gelmiş son noktayı temsil ediyor. ■



Xerox, Anne Mulcahy'nin 2006 yılı yurtdışı gezi programını açıkladı. Xerox'un Dünya Başkanı Anne Mulcahy'nin 2006 yılında ziyaret edeceği birkaç ülke arasında Türkiye de bulunuyor.

Anne Mulcahy Türkiye'ye geliyor

Anne Mulcahy'in Türkiye'de siyasetçiler, sivil toplum örgütleri ve iş dünyasından yöneticilerle ikili görüşmeler gerçekleştirmesi bekleniyor. Xerox CEO'su Anne Mulcahy'in, Türkiye'yi 2006 takvimine alması, Xerox Türkiye'nin 2005 yılında göstermiş olduğu başarıya ve Türkiye'nin ekonomisinde son yıllarda yaşanan olumlu gelişmelere bir gönderme olarak değerlendiriliyor.

Anne Mulcahy, Xerox'un en zor döneminde, 2002 yılının Ocak ayında, Başkanlık görevine atandı. Xerox'un o dönemde yaşadığı ciddi anlamdaki finansal sıkıntıları çözen Anne Mulcahy, şirketi yeniden kâr eden ve büyüyen bir kuruluş haline getirdi.

"Fildişi kulelerde" yaşayan veya medyada boy göstermeye meraklı pek çok meslektaşının aksine çalışanlarıyla ve müşterileriyle iç içe olan Anne Mulcahy, Xerox'a eski gücünü yeniden kazandırırken göz önünde olmadı. Yüz yıla yakın tarihi ile Amerika'nın ve dünyanın en ünlü firmalarından biri olan Xerox'u, içine düşmüş olduğu zor durumdan kurtarmasını bilen Anne Mulcahy aldığı radikal ve stratejik kararlarla dünyada adından sıkça söz ettirdi. Bu başarılarından ötürü birçok medya ve araştırma kuruluşu Anne Mulcahy'i dünyanın en güçlü kadını sıralamalarında ilk birkaç kişi arasında gösterdi. Anne Mulcahy iş dünyasında çok popüler olmasına ve medyanın yoğun ilgi göstermesine rağmen, sürekli alçakgönüllü bir tavır ser-

gilemeyi tercih eden birisi.

Xerox'u her açıdan yeniden yapılandıran ve müşterilerle bire bir görüşmeler yapmaya önem veren Mulcahy, bilgi ve deneyimiyle Xerox'u yukarılara taşıdı. Xerox'ta bundan 30 yıl önce 1976 yılında, satış temsilcisi olarak çalışmaya başlayan Anne Mulcahy, başka hiç bir şirkette çalışmadan değişik yönetim görevlerinde bulunarak en tepeye kadar yükseldi. Anne Mulcahy, Xerox'un dünya üzerindeki yaklaşık 65.000 çalışanı için çok önemli bir simge aynı zamanda.

Xerox'a kazandırdıkları Anne Mulcahy'nin, Forbes ve Fortune gibi iş dünyasının önde gelen dergileri tarafından "Dünyanın En Güçlü Kadınları" ve "İzlenmesi Gereken Kadınlar" listesine girmesini sağladı. Bunun yanı sıra Anne Mulcahy, Newsweek dergisi tarafından "2004'ün Sessiz Kahramanları" arasında gösterildi. Ayrıca Businessweek dergisinin her yıl gerçekleştirdiği "Yılın

En İyi Yöneticileri" araştırmasında 2004'te dünyanın en başarılı CEO'su olarak, Xerox'un Başkanı Anne Mulcahy seçildi.

Anne Mulcahy sağladığı başarılarının yanı sıra sosyal sorumluluğa da önem veren bir yönetici. Pakistan'ın Keşmir bölgesinde meydana gelen depremden dolayı; Citigroup, UPS, General Electric ve Pfizer gibi dev şirketlerle beraber yapılan yardımlarda önemli bir rol oynadı. Ayrıca Pakistan'a giderek deprem bölgesini ziyaret etti. ■



Anne Mulcahy

Anne Mulcahy, Xerox'taki kariyerine 1976 yılında satış temsilcisi olarak başladı. Xerox'un dünya organizasyonu içinde farklı kademelerde ve ülkelerde çalışan Anne Mulcahy, 1992-1995 yılları arasında İnsan Kaynakları'ndan Sorumlu Başkan Yardımcısı olarak görev yaptı. Anne Mulcahy; 1995-1998 yılları arasında Güney Amerika, Orta Amerika, Avrupa, Asya, Afrika ve Çin'deki

Xerox Operasyonlarından Sorumlu Başkan Yardımcılığı görevinde bulundu. Anne Mulcahy 1998-2000 yılları arasında Xerox'un tüm dünyadaki Operasyon ve Yönetiminden Sorumlu Başkan Yardımcısı olarak çalıştı. Mayıs 2000'de Xerox'un Operasyon Başkanı (COO) görevine getirildi. Ocak 2002'te Xerox CEO'su olarak atanan Anne Mulcahy, evli ve iki çocuk sahibi. ■

