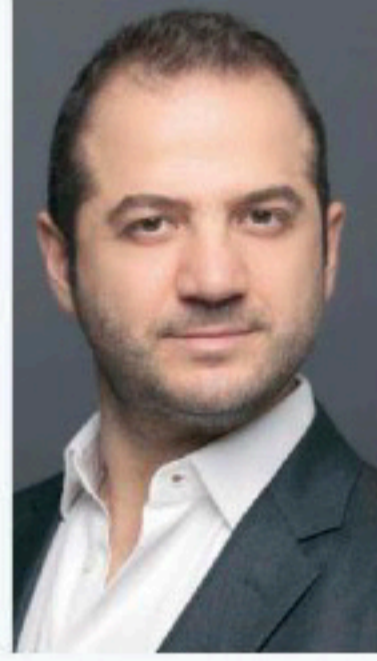


MURAT DEMİRHAN MEAL BOX CEO'SU

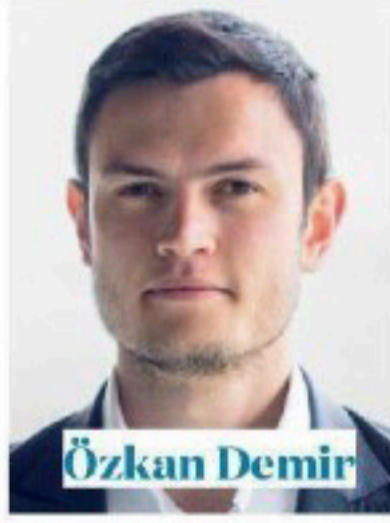
“UBER MODELİYLE AĞIMIZI BÜYÜTÜYORUZ”

HEDEFLER 2017'nin sonuna doğru Hasan Aslanoba'dan aldığımız 500 bin dolarlık güçlü yatırım, 2018'in atılım ve büyüme yılı olacağını ilk işaretlerini veriyordu. Yatırımın ardından sayısı 2.500'ü aşan abonelerimize daha kaliteli ve daha hızlı hizmet sunmayı hedefledik. Tüm iş süreçlerimizde iyileştirmeye açık alanlara odaklandık. Yılın ilk yarısı son derece verimli geçti. Servis kaplarımızı yeniledik ve porsiyonlarımızı büyüttük. Uber modeli adını verdiğimiz yeni nesil dağıtım ağıyla sadece restoranları ve kuryeleri değil, araç sahibi herkesi Meal Box'ın iş ortağı haline getirdik.



MENÜLER IoT destekli self servis kiosk ünitelerini tasarlayarak, foodtech alanında öncü konumumuzu kuvvetlendirdik. Özel Sporcu Beslenme Aboneliği, Özel Vegan Beslenme Aboneliği, Özel Glütensiz Beslenme Aboneliği, Özel Şeker İlavesiz Beslenme Aboneliği gibi 4 farklı abonelik modeliyle her yaşam tarzına uygun bir abonelik modeli getirdik. Bu menüleri beş öğün (ara ve ana) olarak her sabah abonelerimize ulaştırmaya başladık.

belirlenmiş. Pisano Kurucu Ortağı Özkan Demir, aldıkları yolu ve planlarını şöyle anlatıyor: “İngiltere, Fransa, Hollanda, Rusya ve Birleşik Arap Emirlikleri ofislerimizin neredeyse tamamı, 2018 hedeflerine ulaştı. Türkiye'deki



Özkan Demir

operasyonlarımız da başarılı bir şekilde büyümeye devam ediyor. Yılın ilk yarısında hedeflerimizin üzerine çıktığımızı söyleyebilirim. Yılın ikinci yarısında, ilk yarıda yakaladığımız büyüme hızını daha da artırmak öncelikli hedefimiz. Asya Pasifik ve Kuzey Amerika pazarlarına giriş yapmak da hedeflerimizden bir diğeri... Yakın zamanda aramıza katılacak olan Singapur ve New York ofislerimizle bu hedefimize emin adımlarla yürüyeceğiz.”

Sosyal medya üzerinden güvenli alışveriş sağlayan Paym.es, bu yıla dair öncelikleri

“Türkiye'nin pazar lideri olmak, yurt dışı operasyonları hızlandırmak ve ekibi geliştirmek” olarak belirlenmiş. Paym.es Kurucu Ortağı Şehlem

Akbulut, 2018'e hızlı bir başlangıç yaptıklarını belirtirken, “Sadece birkaç ay içinde Türkiye'de 200 binden fazla kullanıcıya ulaşırken milyonluk işlem hacmini de geride bıraktık” diyor. Yılın geri kalanına dair planlarını ise şöyle anlatıyor: “StartersHub'ın başarılı

girişimlerinden biri olarak şu anda Azerbaycan ofisimizin kurulmasını gerçekleştiriyoruz, yerelleştirme ve ekip oluşturma operasyonlarımız sürüyor. Yatırımcılarımızın desteğiyle ekim ayıyla birlikte Suudi Arabistan ofisimizi MENA operasyonumuzu yönetmek adına açıyor olacağız.”

DÖNÜŞÜM YILI

Global hedefler peşinde koşan başka girişimler de var. Yaklaşık 70 ülkeye gönderim yapan ve 5 kıtada ofisi bulunan e-ticaret sitesi Sefamerve.com'un 2018 hedefi, bir Türk markası olarak

dünyanın dört bir yanına ürün satışı gerçekleştirmek. Sefamerve.com'un CEO'su Mehmet Metin Okur, 2018'in ilk 6 ayında elde ettikleri sonuçların hedeflerine ulaşacaklarının ispatı olduğunu söylüyor. Okur, “Sosyal medyada 5 milyon takipçiye ulaşan ilk Türk markasıyız. İlk 6 ay içerisinde takipçi ve üye sayımız epeyce artış oldu” diyor. Yılın geri kalanında büyüyen yurt dışı pazarında genişlemeye odaklanacaklarını belirten Okur, şunları söylüyor: “Talebi karşılamak için Avrupa operasyon merkezimizi Hollanda'da kurduk ve tüm Avrupa gönderimlerimizi Hollanda üzerinden yapıyoruz. Kuzey Afrika ofisimizi de Fas'ta kurduk. Ayrıca Dubai'de de bir ofis açtık. Önümüzdeki süreçte yeni yatırım



Şehlem Akbulut

olanakları için uluslararası yatırım şirketleriyle masaya oturacağız.”

Aslen bir takı ve aksesuar sitesi olarak doğmuş olmasına rağmen zamanla birçok kategoride ürün sunan bir platform haline gelen Lidyana.com, 2018'i bir “dönüşüm