



**Kurum** : Işık Üniversitesi  
**Başlık** : Z - Kariyer Hikayeleri | Bölüm: 2 - "Dijital Medya Ürün Yönetimi", Kaan Olcay, BA'18  
**Konuşmacılar** : Serhat KOLOĞLUGİL, Kaan OLCAY  
**Video Adresi** : <https://youtu.be/5NxaW4XCvrl>  
**Yayın Tarihi** : 03.06.2022



**Serhat Koloğlugil:** Merhaba ben Serhat Koloğlugil. Işık Üniversitesi İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Dekanıyım. Z Kariyer Hikâyeleri serimizin 2. programında Sevgili Kaan'la birlikteyiz, Kaan Olcay, 2018 İngilizce İşletme mezunumuz, İktisat yan dal öğrencimiz aynı zamanda. Kaan hoş geldin.

**Kaan Olcay:** Hoş bulduk.

**Serhat Koloğlugil:** Çok teşekkürler öncelikle davetimizi kabul ettiğiniz için. 2018 lisans mezuniyetin 2022 sanırım daha sonra yüksek lisansın var pazarlama (marketing) alanında.

**Kaan Olcay:** Evet, evet...

**Serhat Koloğlugil:** Şimdi de Dominos Türkiye'de "product owner" olarak çalışıyorsun. Bu kavramın biraz altını deşeceğiz yeni bir kavram yine senin kariyerinle alakalı konuşacağız. Şöyle başlayalım istersen mezun olduktan sonra bugün geldiğin noktayı düşünürsen hangi süreçlerden geçtin? Kısaca özetler misin bizim için?

**Kaan Olcay:** Tabii, aslında şöyle mezuniyete kadar olan süreci biraz daha kariyer yolculuğundaki arayışla geçirdim, ama bu arayış yani ne yapmak istiyordumdan ziyade biraz daha ne yapmak istemiyordum keşfetmek üzerine bir arayış oldu. Çok denedim yani 8-9 tane staj yaptım. İşte Erasmusu mu dahi staj olarak değerlendirdim ve bir noktada medyanın ve işte bu Maytag Ad dediğimiz artık günümüze yeni giren kavram özelinde çalışmanın bana daha çok keyif verdiğini fark ettim ve hayatımın çok büyük bir kısmını dolduracak bir şey için de benim için önemli bir adım oldu. Çok keyif aldığım bir işi yapıyorum.

**Serhat Koloğlugil:** Peki, bu "product owner" kavramı son dönemde yeni yeni duymaya başlıyoruz. Türkçesi bunun ne olabilir, ürün sahibi,

**Kaan Olcay:** Ürün sahibi.

**Serhat Koloğlugil:** Ürün sahibi diyoruz. Biraz anlatır mısın nedir bu "product owner", ürün sahibi konsepti?

**Kaan Olcay:** Aslında şöyle ilginç bir titre çok üst düzey insanlarında sahip olabildiği dünyada da ya da işte şirketin yapısına göre biraz daha farklı alt pozisyonlarda da rol alabildiği bir titre. Aslında işte biraz daha girişim ve start-up ekosisteminin biraz daha gelişmesi ve bu yeni iş tanımlarının yapılmasıyla beraber ürün sahibi gerçekten de spesifik olarak ta ürünün her şeyinden sorumlu 360 derece bütün o yol haritasını çizen. Burada paydaş çok önemli bir ürün yöneticisi, ürün sahibi için.

Paydaşların ihtiyacını anlamak burada paydaş ürünün kullanıcısı da olabilir, üst yönetim de olabilir yani o üründen katkı sağlayabilecek ya da o ürünün gelişimiyle alakalı etkilenebilecek herkes paydaşı konumunda. Hem biraz daha bu geçiş sürecinde benim gözlemlediğim daha teknik rollerin işte yazılım geçmişi olan ya da işte sistem analisti vesaire olarak çalışan insanların product owner rol üstlendiği ama günümüzde biraz daha sosyal bilimlerden çıkmış ve evet, yazılım kısmı çok kıymetli tabii ki ama biraz daha bu işin etkilerini görebilecek, biraz daha hayal edebilecek. Çünkü işin çok önemli bir kısmı hayal etmek product tarafında ve bunu paydaşların ihtiyaçlarıyla da örtüştürüp bunu bir proje haline getirebilecek, mikro projeler haline getirebilecek ve bunu da yazılım ekibine bir şekilde anlatabilecek insanların ihtiyacı.

**Serhat Koloğlugil:** Yine söylediğin şeylerde çok önemli noktalar var teker teker hepsini soracağım sana. İlk başta şunu merak ediyorum bir örnek verebilir misin senin çalıştığın şirkette örneğin, senin yönettiğin ürünler nasıl ürünler?

**Kaan Olcay:** Son 2-2.5 senedir ürün sahibi olarak çalışıyorum. Şu an Dominos'taki yapı gereği benim bağlı olduğum bir product manager var ve biz beraber aslında götürüyoruz. O biraz daha yönetime yakın olan kişi, ben biraz daha beraber onunla stratejiyi belirleyip işin acequition tarafında yazılım ekipleriyle daha birlikte çalışan bir pozisyondayım. Ne olabilir? Yani bu gerçekten Dominosun şu anda Dominosun hem web sitesini hem de mobil uygulamasının ürün sahibi olarak çalışıyorum. Gerçekten mobil uygulamada da herhangi bir yere koyacağımız herhangi bir buton dahi onlarca testten geçiyor. Öncesinde beyin fırtınası yapılıyor, test ediliyor ve günü sonunda da bu testler sonucunda bir sonuca varılıyor. Spesifik çok yakın zamanda yaptığımız 1-2 hafta önce hatta publish bir case halinde yayınladı. Kendi ürünlerimizi listelediğimiz ana sayfada ve sepet sayfalarımızdaki alanları bugüne kadar statik kullanıyorduk. Yani tamamen işte kendimiz ölçümleyebildiğimiz kadar işte sıralama yapıyorduk önerdiğimiz içerikleri vesaire. İlk defa son birkaç ay önce bu alanları tamamen smart hale getirdik. Yani kullanıcıların davranışlarını, son satın alımlarını inceleyip ilgi gösterdiği yan ürünleri bir şekilde önermek gibi vesaire ve çok çok başarılı sonuçlar aldık. Çok da ciddi bir test sürecinden geçti. Aslında çok basit yani bu işi hayal etmek ve execute etmek çok komplike olmasa dahi çok ciddi çarpanlarda ciddi bir ciro katkısı sağladı ve bir case haline geldi zaten. Bunu yaptığımız 3. parti şirket içinde önemli bir case oldu.

**Serhat Koloğlugil:** Yani web sayfasındaki belki bir butonun yerini değiştirmek, belki biraz boyutunu değiştirmek ya da uygulamada cep telefonu uygulamasında o firmanın yine belki bir butonun rengini değiştirmek ve bunun kullanıcı üzerine olan aslında etkilerini yönetiyorsun anladığım kadarıyla bu süreçle ilgili.

**Kaan Olcay:** Evet, yani sizinle daha öncede konuştuğumuz gibi aslında istatistik derslerinde konuştuğumuz gibi hipotez testlerinden hiçbir farkı yok. Yani günün sonunda biz ürün sahipleri olarak işte ihtiyacı anladıktan sonra önerimiz bir tez oluyor aslında. Yani bir hipotez atıyoruz ortaya diyoruz ki bu çalışabilir ya da çalışmayabilir. Bu arada çalışmaması da bizim için çok kıymetli bunu da görebiliyor olmak ve bunu da bizim o "road map"imizden çıkarabiliyor olmak zamanı yönetmek açısından da çok önemli. Yani bir şey yaptık denedik ve her zaman başarılı olsun gibi de bir yaklaşımımız yok. Yani bir hipotezimiz var, test ediyoruz, sonucunu görüyoruz. Başarılıysa ne ala, başarısızsa hani dönüp şey demiyoruz ya bu kadar vakit harcadık hani artık yayınlayalım gibi bir şey kesinlikle yok.

**Serhat Koloğlugil:** Kaan, benim istatistik dersinden öğrencimdi. Tamamıyla aslında anlattıkların o perspektife çok yakın. Bir hipotez ortaya atıp datayı kullanarak hipotezi test etmek. Yanılabilirsin, data senin hipotezini destekleyebilir. Hayat böyle bilgi de böyle ilerliyor. Bu perspektifi somut olarak aslında belli bir alanda kullanılması gerçekten bence de çok güzel ve

enteresan bir örnek. Bir de şunu söyledin Sevgili Kaan, start-up kültürünün bu girişimci kültürünün gelişmesi kurumsal şirketleri ciddi bir şekilde etkiliyor. Kurumsal şirketlerin kendi iç süreçlerini, iş yapma şekillerini etkiliyor. Bu product owner benzeri pozisyonlarda bu süreçle alakalı olduğunu söyledin. Biraz daha burayı detaylandıralım mı burası enteresan bir dinamik çünkü.

**Kaan Olcay:** “Product owner” dediğimiz insanlar bu arada ben dediğim gibi 2.5 senedir kendimi böyle bir kariyer yolculuğunda konumladım ama gerçekten görüştüğüm üniversitedeki arkadaşlarımla da görüştüğümde tavsiye ettiğim kısmı product çünkü her şey olabilir. Bir mobil uygulama da olabilir, işte bir ürün de olabilir. Fakat benim bulunduğum pozisyonda özellikle ajans kökenli olmamın da büyük bir katkısı oldu. İşin hem analytics bu işte bizim data analytics dediğimiz sektörde de ölçümleme kısmını da iyi-kötü biliyor olmak ve bunu yaparken aynı zamanda yazılım ekipleriyle de aynı ortak dili konuşabiliyor olmak. Yani ben 5 senedir sektördeyim işte 2.5 senedir yazılım ekipleriyle çalışıyorum ama bir satır kod yazamam Dominos uygulamasında. Ama önemli değil zaten çünkü artık yeni dünyada bu ikisini de anlayabilen ve ikisi hakkında da konuşabilen, fikir üretebilen. Tabii ki belli başlı çalışma mekanizmaları biliyorsunuz bir süre sonra öğreniyorsunuz. Bunu anladıktan sonra böyle bir productta olur. Yani işin hem dijital tarafını hem teknik tarafını anlayan bir product owner tabii ki talep edilir hale geliyor. Şimdi start-uplarda bu tarz 360 insanlara yatırım yapmayı daha çok tercih ediyorlar. Çünkü bir kişinin bütün bir orkestrayı yönettiği bir senaryoda hem maliyet avantajı sağlıyor hem tek bir strateji tek bir road map üzerinden bütün sürecini kurgulayabiliyor ve aslında orada yetki sorumluluk dengesini de güzel kurabiliyor.

**Serhat Koloğlugil:** İki şey görebiliyorum bu anlattıklarından bir tanesi kişiye verdiği sorumluluk. Bir süreci senin sahiplenmen, bir projeyi, bir ürünü sahiplenmen ve o ürünün tüm farklı boyutlarıyla aslında senin o sorumluluğu hissetmen. Sanırım burada çalışana bu yeni perspektif, yeni çalışma kültürü inisiyatifte sağlıyor, sana bir alan sağlıyor. Şimdi buradan da aslında ben şu sonucu çıkartıyorum karakter gelişimi olarak bu yeni çalışma sisteminde üstten gelen direktifleri birebir yerine getiren bir mantaliteden ziyade inisiyatif alabilen bir süreci yönetebilen bir karakter çok önemli.

**Kaan Olcay:** Evet.

**Serhat Koloğlugil:** Bunun belki altını çizmek lazım senin söylediklerinden benim çıkarttıklarım. Bir de elbette ki herkesin bir uzmanlığının olması çok önemli ama tek boyutlu bir uzmanlık bu yeni çalışma kültüründe sanırım başarılı olamıyor.

**Kaan Olcay:** Maalesef evet.

**Serhat Koloğlugil:** Yani insanın kendisini çok farklı boyutlardan yetiştirmesi, geliştirmesi gerekiyor. Sen işletme mezunusun, temel backgroundun o ama yaptığın iş gereği aslında yazılımcılarla daha teknik backgrounddan gelen kişilerle beraber çalışıyorsun. Onlarla aynı dili kullanman için senin bir teknik bilgiye, birikime ihtiyacın var. Bu alanda geliştirmen gerekiyor aslında.

**Kaan Olcay:** Bu arada yani sadece sosyal bilimlerden devam edip ürün sahipliği yapmak yani benim kariyer yolculuğum bu şekilde gitti ama aynı şekilde IT de sosyal bilimlere yaklaşıyor yani çünkü benim eski jenerasyonlarda duyduğum, dinlediğim hep işte sadece sıfır ve bir düşünen IT ekiplerinden şimdi gerçekten biz bir iş yapıyoruz ve bu işin günün sonunda biz para kazanmak için yapıyoruz yani performansımızı arttırmak için yapıyoruz. İşte daha iyi bir kullanıcı deneyimi yaşatmak için yapıyoruz ve IT ekipleri de artık bu perspektifle yaklaştığı için hani ben şöyle güzel örneklerde yaşıyorum. Bizim de gözümüzden kaçan ya da bizim düşünemediğimiz şeyler olduğunda

IT ekipleri ya aslında burada böyle bir deneyim yaşatmasak kullanıcıya daha iyi olmaz mı yaklaşımı da gelmeye başlıyor ama dediğiniz gibi ekosistem zaten bunu zorluyor. Çünkü sadece kodlama yapan biri ya da sadece diğer tarafta işte üst yönetimden dinleyip, gelip onlara anlatan biri kısır döngü. Belki evet 20 sene aynı yerde çalışıp emekli olabilir, ama değer görme ve bir şekilde katma değer sağlama anlamında kritik öneme sahip diye düşünüyorum.

**Serhat Koloğlugil:** Bu çok önemli bir nokta alan ne olursa olsun çok boyutlu olmaya yönlendiriyor bu sistem seni. Yani idari bilimler backgrounddan geliyorsan (işletme, iktisat, psikoloji, uluslararası ilişkiler) teknik taraftan kendini geliştirmen gerekiyor daha teknik taraftan geliyorsan (bilgisayar programcılığı, yazılım, yönetim bilişim) bu seferde belki insan davranışlarıyla ilgili olarak belki o backgroundu kullanman gerekiyor bu çok enteresan bir süreç. Akademik açıdan da bizim açımızdan da enteresan bir süreç çünkü klasik olarak farklı birbirinden bağımsız gelişen alanlar artık daha fazla iç içe girmeye başladı. Burada da çok boyutlu bir eğitim yaklaşımı ve hem tabii müfredat açısından hem de kişinin kendisini geliştirmesi açısından gerçekten çok önemli. Dolayısıyla senin yaptığın iş aslında bir anlamda hem biraz marketing tarafı var, pazarlama tarafı var biraz dijital taraf var, teknik ekiple ortak çalışma tarafı var, istatistik okuryazarlığı var. Bir hipotez bir değişiklik yapıyorsun o değişiklik kullanıcıyı nasıl etkileyecek. Bunun tabii şirket açısından önemli finansal sonuçları oluyor. Peki, Sevgili Kaan, şunu da ben merak ediyorum. Bu süreçte senin de öğrenciyken üniversitede staj faaliyetlerin oldu. Hatırlıyorum ben de seninle konuşuyorduk.

**Kaan Olcay:** Evet.

**Serhat Koloğlugil:** Biraz onları anlatır mısın? Hangi alanlarda, hangi şirketlerde staj yaptın? Hangi pozisyonlarda staj yaptın ve o yaptıkların bugün senin geldiğin noktada seni nasıl etkiledi? Sana ne katkılar yaptı?

**Kaan Olcay:** Aslında gerçekten benim stajlarım böyle hep kırılma anlarım hep stajlarda oldu. Dediğim gibi ne yapmak istiyordumdan çok ne yapmak istemediğimi gördüğüm stajlar oldu. Hepsi bana bir şey kattı bu arada. Her şeyden önce o ofis ortamında bulunup gidip fotokopi çekiyor olmak dahi o kültürü almak kıymetliydi. Ama özellikle Erasmus Plusla beraber İspanya'da yaptığım staj o döneme kadar hep böyle biraz daha işte uluslararası lojistik, işte biraz daha ihracat, ithalat vesaire konularını böyle hani biraz daha aile içinde konuşulan kavramlar olduğu için. Bu arada hani product owner ya da işte işin bu tarafında olmasaydım medya tarafında olmasaydım olmak istediğim 2. alanda lojistik olurdu. Çünkü çok benzer dinamiklerle çalışıyor bu arada çok evrensel noktaları var ve gerçekten de dünya vatandaşı olmayı gerektiren bir taraf. Yani bu dediğim global lojistik kısmı için keza bizimde zaten bölümümüz var sektörde çok arkadaşım var. Biliyorum öyle Işık mezunu olup lojistikte devam eden keza o stajlarım peşine işte İspanya'ya gitmem. Bu arada çok zorlu bir süreçti. Erasmus Plusın staj programı normal eğitim programından en büyük farkı stajı kendimizin bulması gerekliliği ve gerçekten kimseyi tanımıyorsunuz. İşte şüpheyle bakıyorlar zaten Türkiye deyince zaten maalesef bir kredimiz yok yani ama bir şekilde buldum ve İspanya'ya gittim. İspanya'da da yine ihracat vesaire üzerine bir staj yaparken aslında orada boş vakitlerimde böyle kendim bir şeyler karalarken işte bir blog açtım kendime. Sonra aynı dönemde benimle beraber yurtdışında olan arkadaşlarım vardı yine Işıktan. Onlar da bu bloğa katkı sağlamaya başladılar vesaire derken Türkiye'ye döndüğümde biz böyle bir komünite haline geldiğimizi fark ettim. Sonra şey dedik yani bu işi 10 kişi yapıyorsa burada 10 kişi yazıyorsa 1000 kişi de yazar, 10000 kişi de yazar. Sonra onu bir iş fikrine çevirdik. O dönemde Nilgün Hoca sağ olsun çok destek oldu bize ve İTÜ Çekirdeğe soktuk girişimimizi Aslında bir anda kendimizi böyle işte bir web site geliştiriyoruz. İşte Wordpress vesaire böyle alt yapılarla uğraşmaya başlıyoruz noktasında bulduk. Tabii, bir reklam yapmamız gerekiyor Facebook panellerinde dolaşıyoruz, Google' da reklam veriyoruz vesaire

derken. Medya kısmıyla tanışmış oldum. O dönemde hatta kariyer günlerinde vesaire kendimi çok böyle kendimizi anlatmaya çalışıyorduk arkadaşlara gelin sizde yazın vesaire. O dönem sağ olsun kariyer ofisi de çok destek oluyordu bize. Medyayla tanıştıktan sonra aslında burada da kariyer ofisinin ve Oğuzhan vardı benim dönemimden arkadaşım. Onun da bana orada çok büyük bir iyiliği var çok önemli bir nokta. Bir gün bana geldi ve o kariyer ofisinde çalışıyordu ve de ki; “Ben sana sormadım seni böyle ama Ment To Be diye bir projeye yazdırdım. Hani düşünüyorum sende son günüydü kaçırma diye ben seni yazdırdım.” dedi ve ben Ment to Be projesine katıldım.

**Serhat Koloğlugil:** Mentorlük projesi.

**Kaan Olcay:** Mentorlük projesine katıldım ve Gülsüm Hanım’la tanıştım. Aslında orada ufacak bir dokunuş yine medya sektöründen biriyle beni bir araya getirdi. Gülsüm Hanım’la da hem çalışma fırsatımız oldu hem çok verimli bir mentorlük süreci geçirdikten sonra ben dedim ki evet, medya beni heyecanlandıran yani orada benim için şey çok kritik olmuştu. Yani hani markanın brifingini dinliyorum. İşte bunu gidiyorum Erdil Yaşaroğlu’na anlatıyorum. İşte çiziyor ve ertesi gün Migros’ a gidiyorum rafta brief debrief bütün sürecini yönettiğimiz bir işin rafta görüyorum. Ben bu etkiyi çok sevdim çok gerçekten etkiledi. Ondan sonra hep stajlarımı yani Gülsüm Hanım’dan sonra da stajlarımı hep dijital focuslu yaptım. Fakat orada biraz da şans oldu diye düşünüyorum. Dünyanın en büyük ajanslarından birinde işte “programatik reklamcılık” dediğimiz bir alanı öğrenerek başladım. Yani gerçekten Türkiye’de de böyle sayılı insanın böyle gerçekten ciddi anlamda operasyon yaptığı bir alan. Bunu öğrenerek başlamak ve bu işin geleceği bu arada hani şu anda çok ciddi kullanılıyor ama bütün yatırımlar da bu alanda yapılıyor. Bunu görüyor olmak beraberinde bu programatik ekosistemdeki ürünleri kullanmayı da bana zorunda bıraktı. Bu da iyi bir şey oldu ve işte orada product perspektifini aldım. Yani evet bu ürünler var günün sonunda reklam yapılıyor. İşte reklam çıkıyor görünürlüğünü sağlıyoruz. Bunlar aslında çalışan sistemler ve bunları da geliştiren ekipler var.

**Serhat Koloğlugil:** Aslında İspanya’da Erasmus stajını yaparken aklına gelen bir fikir bir blog açma fikri. Orada ilerleyen süreç seni bu güne getirdi ajans, dijital ajans orada işin tabii teknolojisini görmem, tanışman. Bildiğim kadarıyla o bahsettiğin blog hala bir şekilde aktif ve o konuda başka girişimlerinde var. Aslında bu noktada çalıştığın bir kurumsal kariyerin var.

**Kaan Olcay:** Evet.

**Serhat Koloğlugil:** Kurumsal bir firmada ayrıca farklı bir gelir kaynağı olarak başka bir kendi girişiminde var. Bu da aslında bugünün dünyasında ekonomisinde bence üniversite öğrencileri için önemli bir mesaj gelir kaynakları farklılaşması.

**Kaan Olcay:** Pasif gelir.

**Serhat Koloğlugil:** Evet, aynen öyle. Yani hayatta gelir kaynağı olarak tek bir kaynağa bağlı kalmamak, farklı farklı kaynaklardan miktardan bağımsız olarak o farklı kaynakların olması gelir kaynaklarının olması. O bağımsızlık için insanın hayata karşı ve kendisine karşı duyduğu güven açısından da önemli. Burada aslında sen hem girişimcilik kariyerini hem de kurumsal kariyeri birleştirmiş oluyorsun bu açıdan da enteresan. Oradaki süreç en nihayetinde şimdi kurumsal bir firmada product owner noktasına geldi. Şunu merak ediyorum Sevgili Kaan, bu dijital ajanstaki kariyerinden bahsederken dedin ki orada yeni bir teknolojiyle tanıştın ve gelecek orada. Biraz anlatır mısın bu teknolojiyi bize?

**Kaan Olcay:** Geleneksel dediğimiz kısımdan geldiğimiz noktada işte çok ciddi bir kısmı manuel yapılan bir iş. Medya satın alma tarafı için söylüyorum ki çok ciddi bir harcamanın yapıldığı bir alan

yani reklam tarafında. İşte bu belki 5 sene, 10 sene önce daha yoğun olarak işte ne bileyim hurriyet.com.tr deki bir satışıyı arayıp “ben sizin sitenizin şurasına reklam vermek istiyorum, bana kaç olur?” hikâyesinden geldiğimiz noktada işte bu programatik ekosistemin getirdiği ve aslında beraberinde programatik bu konseptin ve çalışma şeklinin adı. Bu dünyada birçok araç var. Google tabii ki en büyük oyuncularından biri ve tabii çok basit özetleyecek olursak bu sistem işte bir tarafında reklam verenlerin olduğu bir tarafında yayıncıların olduğu bir tarafında da işte bu reklam alışverişini sağlayan exchange denen platformların olduğu bir yapı. Bu yapı nasıl çalışıyor aslında belli başlı satın alma prensipleri var. Bu prensipler doğrultusunda siz hiçbir marka olarak bir yayıncıyla konuşmaya gerek duymadan çünkü zaten yayıncı hangi şartlarda çalışacağını çoktan zaten sisteme söylediği için belki ocak ayında yapacağınız bir anlaşmayla sistem üzerinden bir entegre olup bir sene boyunca o sistem üzerinden bir daha konuşmadan dahi satın alma yapmaya devam edebilirsiniz. İstedığınız gibi de işte zaten fatura takibidir vesaire bu sistemlere entegre olduğu için çok kolay işliyor. Tabii ki bu kadar büyük bir alana da işte başta Google olmak üzere bütün oyuncular yatırım yapıyor.

**Serhat Koloğlugil:** Yani eskiden bir şirket bir reklam vermek için bir reklam kuruluşunu belki arayıp şu şartlarda şu şekilde şu fiyata reklam vermek istiyoruz derken şimdi bir sistem içerisinde aslında bir anlamda dijital bir piyasa belki.

**Kaan Olcay:** Kesinlikle öyle.

**Serhat Koloğlugil:** Orada işliyor taraflar bir araya gelip Google’ında kullandığı değil mi bu Adwords kavramı biding yaparak belli başlıklara kelimelere bu sistem aslında otomatik olarak ekosistem işliyor.

**Kaan Olcay:** Ve yani orada şey çok önemli siz bugün oturduğunuz yerden Almanya’da da reklam üretebilirsiniz. Almanya pazarında yaparsınız bu reklamı ama buradan yönetirsiniz sadece TL ödemezsiniz de EURO ödersiniz. Çünkü zaten işte gerçek zamanlı biding üzerinden çalışan sistemler bunlar ve gerçekten böyle mili saniyede belki işte onlarca markanın bir alan için bir teklif sunduğu teklif sonunda reklamı gösterebildiği yerler.

**Serhat Koloğlugil:** Bu alanda çalışabilen biri aslında İstanbul’da yaşayıp Berlin’deki bir şirkete hizmetini yapabiliyor bu çok önemli.

**Kaan Olcay:** Aynen.

**Serhat Koloğlugil:** Peki, Kaan çok teşekkür ederim.

**Kaan Olcay:** Ben teşekkür ederim.

**Serhat Koloğlugil:** Çok keyifli ve doyurucu bir sohbet oldu. Son olarak şunu sormak isterim ben sana product owner kavramından bahsettik, medya satın alma kavramından bahsettik. Bu dijital alanlar senin gibi işletme backgroundundan gelen, idari bilimler backgroundundan gelen ama bu dijital sektörde kariyer planlayan öğrenci arkadaşlara son olarak tavsiyelerin ne olur?

**Kaan Olcay:** En büyük tavsiyem şu olur. Aslında hani dijitalde kariyer planlamaktan artık bence dijital olmayan bir sektör yok zaten. Bu ne yaparsa yapsın arkadaşlar bu arada doktorda olsalar o son teknoloji cihazlara entegre olmaları lazım işte bir şekilde ya da işte lojistik yapıyorlarsa depolarda çalışan oluyor botlar vesaire işte yazılımlar. Dijitalin olmadığı bir yer artık yok. Benim en büyük tavsiyem özellikle üniversitenin erken döneminde 1. ve 2. sınıftaki arkadaşlara şu olur; benim yaptığım gibi aslında biraz görmelerini tavsiye ederim. Yani ben ne yapmak istiyorum ve ne yapmak istemiyorumu anlamak o dönemde anlamak sonradan kariyere profesyonel kariyere adım attığımda

bocalama sürecini geride bırakmalarını sağlayacak. Daha aslında yaşça erken dönemlerde belli basamakları atlıyor olacaklar. Sonlara doğru gelmiş arkadaşlar için de ne olursa olsun kendilerine ait bir şeyle uğraşmalarını tavsiye ediyorum. Yani bu bir benim için bir blog platformuydu bu arada bu işe girdiğimizde bizim de kafamızda işte katıldığımız fikir atölyelerinde öyle projeler dinliyorduk ki ya işte bizim de blog platformumuz var deyince böyle bir şey yapıyorduk utanıyorduk kendimiz. Bizimki çok mu küçük kaldı onların yanında diye ama bu bir işe dönüşüyor. Şu anda dünyanın en büyük reklam verenleri bir noktada bizimle işbirliği yapıyor. Bu noktaya getiriyor olmak şu perspektifi katıyor her zaman ben yeni dünya düzeninde bir fikri işim haline getirebilirim, para kazanabilirim ve bunu da gerçekten oturduğum yerden yapabilirim. Çünkü bu entegrasyon belki de en pik noktalarından birinde bütün dünyada. Bunun ne katkısı olacak onlara her şeyden önce o dünyanın içinde bir pozisyon almak çok kıymetli. Birçok şeyi kapabiliyor olmak çok kıymetli. İkincisi öyle ya da böyle para kazanmak için çalışıyoruz. Ekonomik özgürlük her zaman kariyerlerini öncelendirdikleri kararlar vermelerini sağlayacak. Çünkü bu tarz mali kaygılarla verilmiş kararlar da bazen mutsuzluğa sürükleyebiliyor. Benim en büyük tavsiyem bu olur. Özellikle Işık Üniversitesi öğrencileri için söylüyorum maalesef eksik kaldığımız yanlardan biri olduğunu düşünüyorum bir şekilde konuşmamız lazım. Buluşmamız lazım. Birbirimizle bildiklerimizi, çevremizi paylaşmamız lazım. Yani işte bugün Harvard ama bence Harvard'ı Harvard yapan en önemli şeylerden biri mezunları. Ne bileyim bunu birçok Amerikan filminde, dizisinde görürsünüz sadece Harvard çalıştıran şirketlerden tutun da işte Harvard' a öncelik vermeye kadar giden o yüzden bence biraz daha birbirimizle konuşmamız lazım.

**Serhat Koloğlugil:** Networking diyorsun teknoloji hayatımızı kolaylaştırıyor ama bazen bizi sanal dünya içerisinde konumlandırıyor. Buradan çıkıp gerçek anlamda da bir araya gelmek çok önemli. Bu arada bu konuya değinmen çok enteresan haziran ayında İSBF bir mezunlar günü düzenliyoruz, bir networking günü düzenliyoruz onun da duyurusunu yapacağız.

**Kaan Olcay:** Çok sevindim.

**Serhat Koloğlugil:** Kaan çok teşekkür ederim söylediklerin, anlattıkların gerçekten çok değerli. Hem de seni gördüğüme karşılıklı böyle sohbet ettiğime de çok sevindim. Tekrardan çok teşekkürler.

**Kaan Olcay:** Ben çok teşekkür ederim.

\*\*\* Video burada sona eriyor. \*\*\*