

GELECEK ÖNGÖRÜLERİ- 2012

A close-up photograph of a broken metal chain. The chain is composed of several links, but one link in the center is broken, with the two ends of the chain hanging apart. The metal is a dull, greyish-brown color, suggesting it might be steel or iron. The background is a soft, out-of-focus mix of green and brown, possibly representing a natural setting like a forest or a field.

Kırılma Noktaları

Hyperconnectivity (Aşırı bağlantılılık)



The Connected Life by 2020



2011

9 Billion

Total Connected Devices

2020

24 Billion

Total Connected Devices

2011

6 Billion

Mobile Connected Devices

2020

12 Billion

Mobile Connected Devices

Revenue Opportunity For
Mobile Network Operators in 2020

**\$1.2
Trillion**

7x increase on 2011 expected revenues

Revenue opportunity for connected devices in vertical sectors

Health

\$69 Billion

Automotive

\$202 Billion

Consumer electronics

\$445 Billion

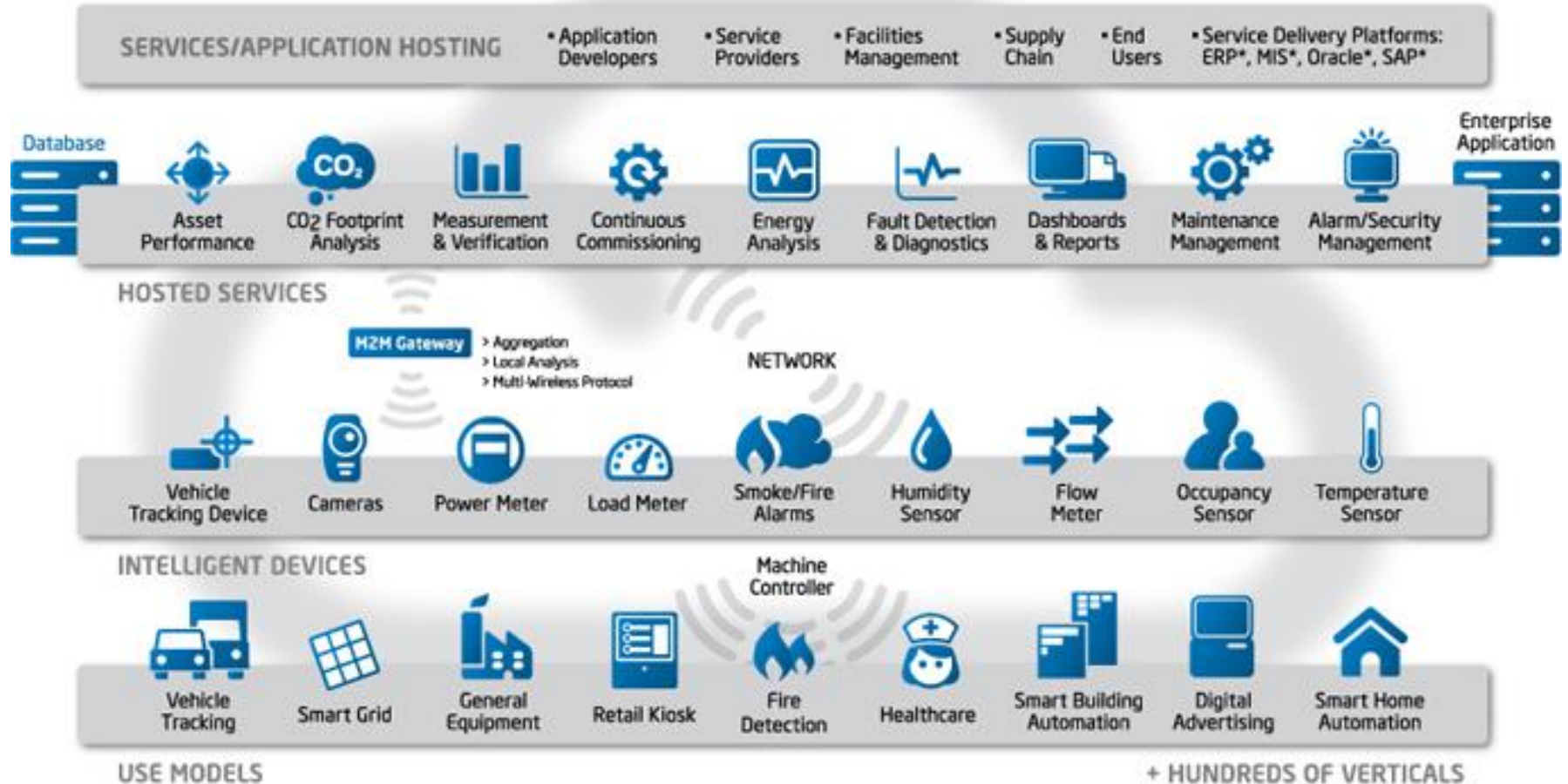
Utilities

\$36 Billion



CREATING OPPORTUNITIES THROUGH CROSS-INDUSTRY COLLABORATION

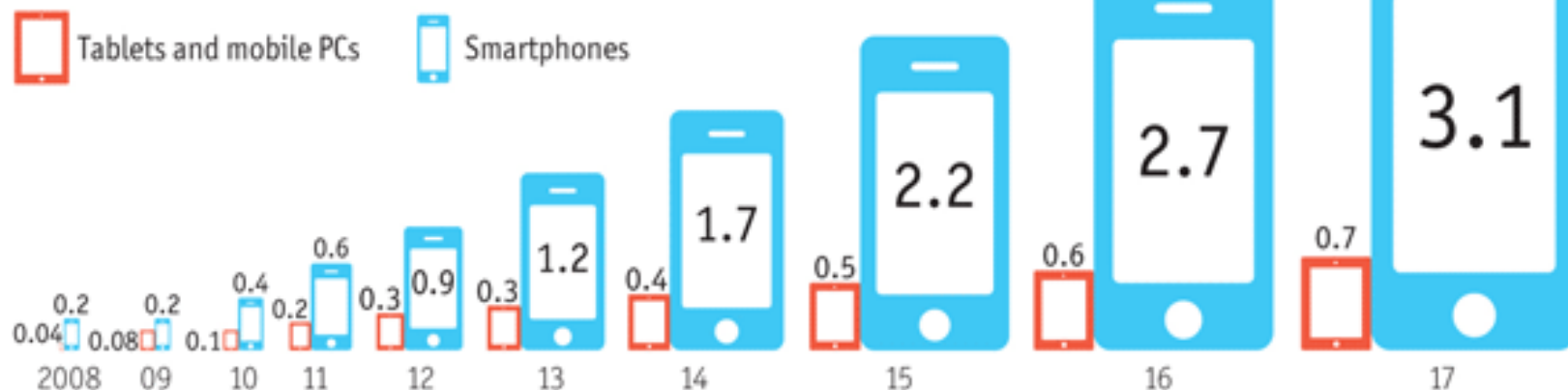
M2M Ecosystem of Smart Services



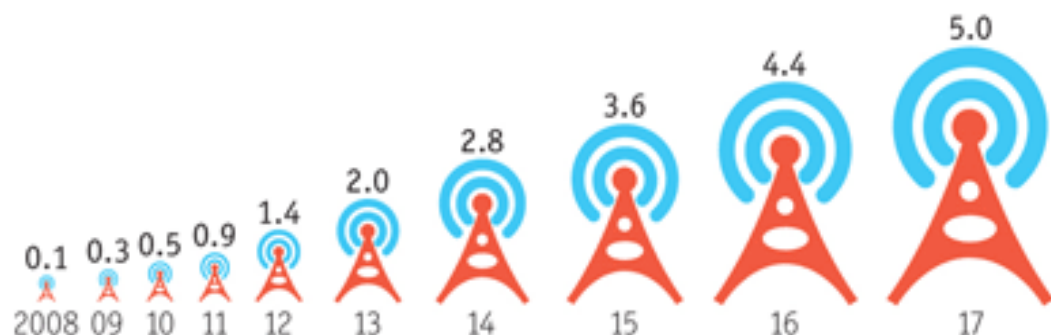
The future is mobile

Forecasts from 2011

Subscriptions, bn

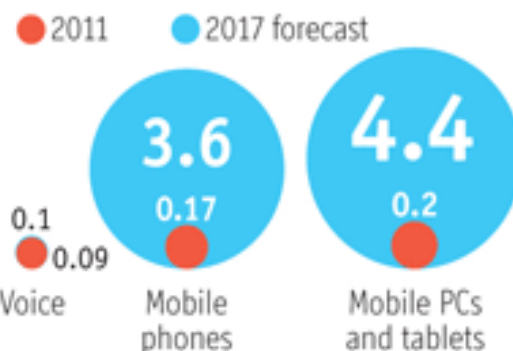


Mobile broadband subscriptions, bn



Source: Ericsson

Mobile traffic, monthly exabytes*



*10¹⁸ bytes

Etkileyeceği alanlar:

- Organizasyon şekilleri, yapıları, liderlik anlayışı
- Alışveriş ve satın alma alışkanlıkları
- Şehir yaşamı, ürün tipleri, satın alma reflexleri
- İhtiyaçlar ve beklentiler
- Hız, çeşitlilik, üretim ve pazarlama süreçleri
- Ticaret yapıları, entegrasyon çeşitliliği
- Veri-Enformasyon-Bilgi-Bilgelik dönüşümü (Veri selleri)
- Açık inovasyon (Open innovation) – Açıklık/İşbirliği
- İnsan kaynağı ve kurum kültürü (bakış açıları)
- M2M (konuşan makineler)

Disaster innovation (Devrimci inovasyon)





Ödeme sistemleri şirketleri
Google Glass üzerinden
ödeme imkânını sağlayacak
altyapılar hazırlıyorlar.



Güney Kore'nin ikinci büyük perakendecisi Tesco-Homeplus ilk sanal marketi, akıllı telefon sahiplerinin parmak uçlarına taşımakta azimli görünüyor. Seul metro istasyonunun sütun ve duvarları markete dönüşüyor.

Shop & Pay on-the-go! ♥



GREAT BUY AT
S\$9.90

Save up to
45%



Healthy You

2 sessions of
40-min Relaxing
Body Massage

GREAT BUY AT
S\$68.00

Save up to
84%



**The Quintessential
Satchel**

GREAT BUY AT
S\$35.00

Save up to
45%



Book 1 ticket and
Singapore gives
you 1 free fare

GREAT BUY AT
S\$101

Save up to
48%



City Tours

Buy 1 Adult Duxton
Tour & Singapore
River PLUS Enjoy
\$1 for Tiger Sky
Tour or 40 Magic

GREAT BUY AT
S\$36.90

Save up to
51%

3 STEPS TO BUY

Step 1 Download QR
reader App and
product QR code

Step 2 Login to PayPal
pay with credit

Step 3 Confirm payment

PayPal™

The safer, easier way to pay

Terms and conditions apply to each offer. See details, full
product QR code to see applicable terms and conditions.



Mağazalarda online deneme kioskları uygulamaya başladı. Satın alma da yapılabiliyor.

Etkileyeceği alanlar:

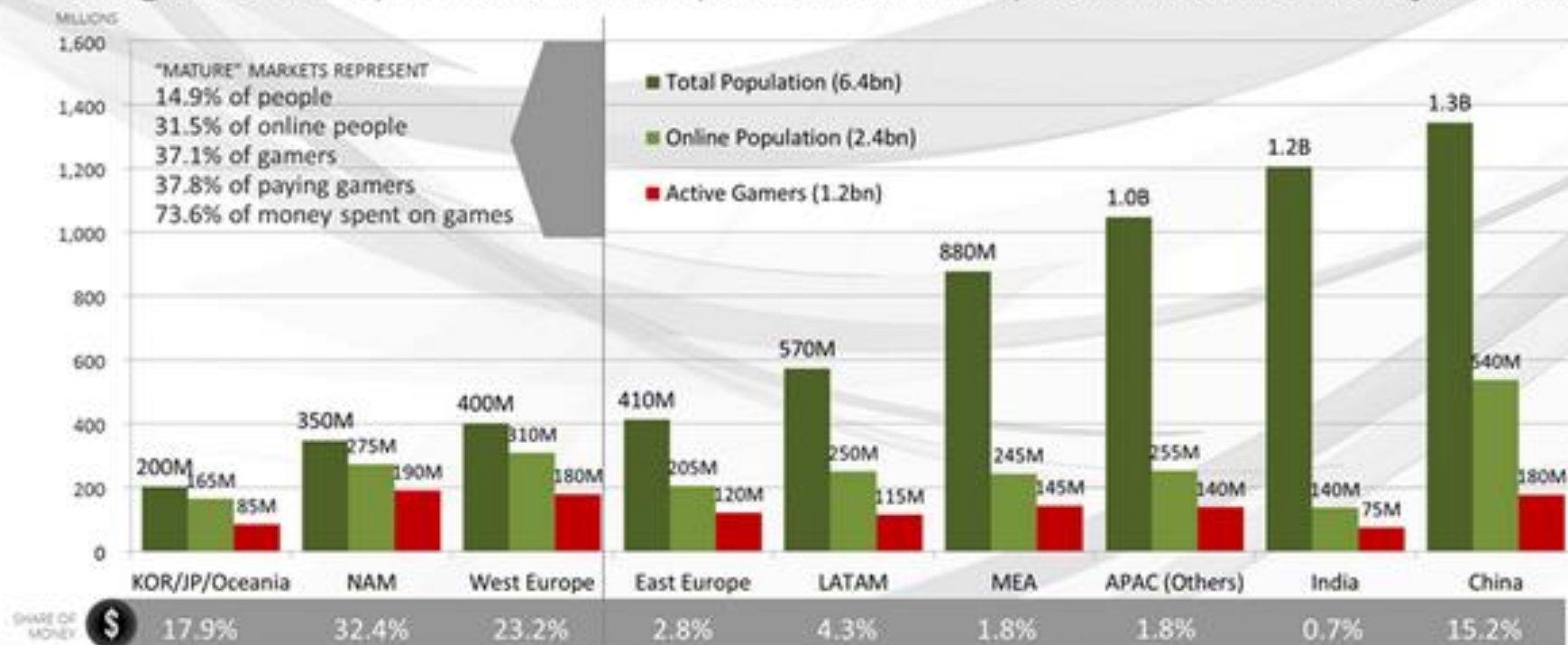
- AR-GE yapılanmaları (farklı akademik disiplinler)
- Gerçek üniversite ilişkileri ve orta vadeli projeler
- Ticaretin uygulama alanlarının yaygınlaşması
- Çok kültürlülük, çeşitlilik
- Yeni parametreler (kâr/AR-GE, worldwide infos)
- Open innovation (farklı kişiler, farklı gruplarla entegre, patent hakkına dayalı modeller)
- Bağımsız inovasyon ekipleri
- Bakış açısı transferleri,
- Enerji, yeşil enerji, akıllı kentler/şirketler, ürünler,
- İnsan kaynağı, yönetim, liderlik

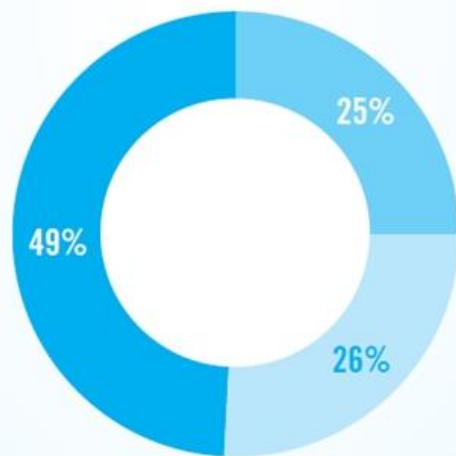
Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yayılımı



Global Population vs Gamers

Per region for the top 110 countries: Population, Online Population, Gamers, Money (2013E)





AGE of Game Players

25% under 18 years
49% 18-49 years
26% 50+ years

Source: Entertainment Software Association, 2009

US In-Game Advertising Spending, 2007-2012 (millions)

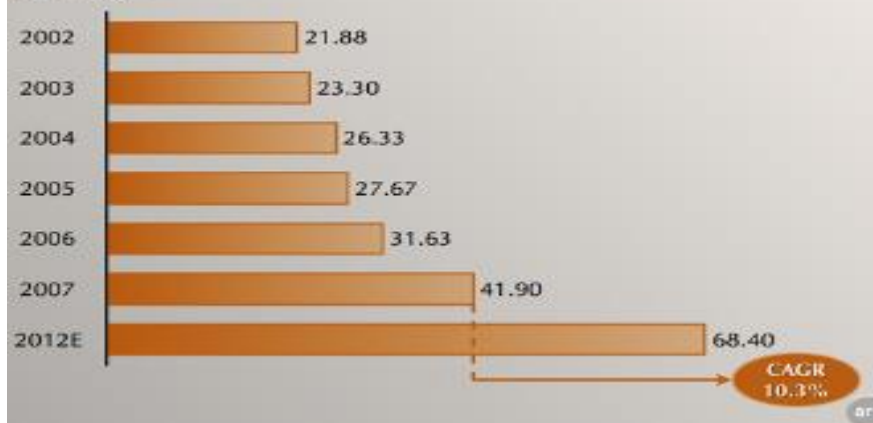


Note: includes static ads, dynamic ads, product placements, game portal display ads and sponsored sessions in console-based, PC-based and Web-based games; excludes advergames and advertising on mobile games
Source: eMarketer, February 2008

092322

www.eMarketer.com

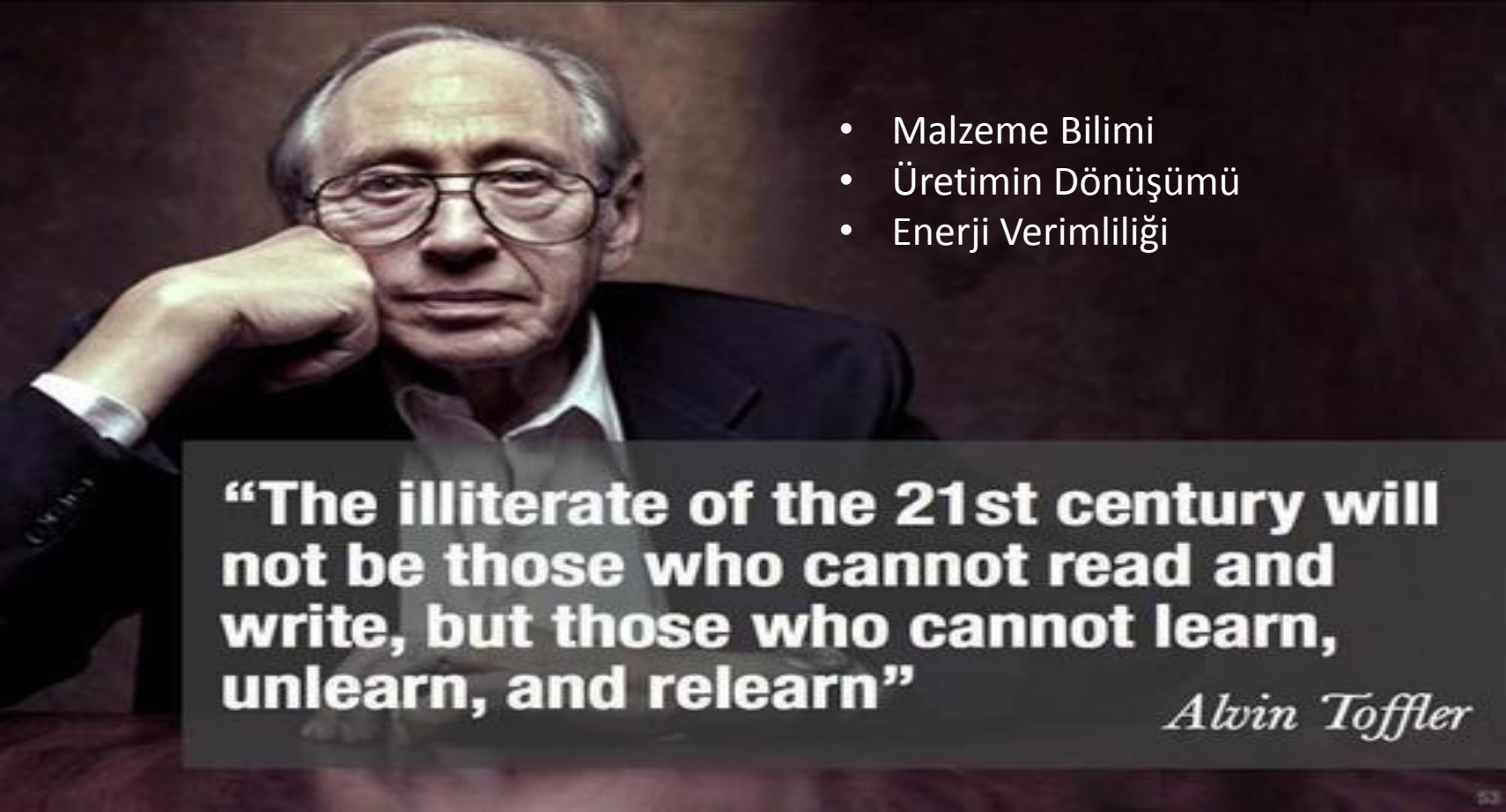
Global video game revenues: 2002-12E \$ Billions



Etkileyeceği alanlar:

- Yeni satınalma mecraları
- Görselleştirme ve hikâyeleştirme
- Kent yapıları, pazar ve bölge anlayışları
- Sistemler ve süreçler
- İnsanlar-makineler-ürünler
- Lojistik ve dağıtım
- Optimizasyon limitleri
- Teknolojinin kullanımı

Sanayinin ana konuları

- 
- A portrait of Alvin Toffler, an elderly man with glasses, resting his chin on his hand. The background is dark and textured.
- Malzeme Bilimi
 - Üretimin Dönüşümü
 - Enerji Verimliliği

“The illiterate of the 21st century will not be those who cannot read and write, but those who cannot learn, unlearn, and relearn”

Alvin Toffler



Augmented reality





Hologram teknolojisi

MARKET DATA

NYSE DOW 11,478.14

NASDAQ 2,848.14

S&P 500 1,147.14

100 100 100 100 100 100

The New York Times

Monday, September 24, 2007 New York Edition \$5.00

THE PAGE

REPORTS



Afghan War's Buried Bombs Put Risk in Every Step

WASHINGTON — The United States is facing a new, and potentially more dangerous, threat in Afghanistan: the risk of a buried bomb. The threat is not just a matter of finding the bombs, but of knowing where they are. The United States has been fighting a war in Afghanistan for over a year, and the risk of a buried bomb is a constant threat. The bombs are buried in the ground, and they can be found by anyone who knows where to look. The United States has been fighting a war in Afghanistan for over a year, and the risk of a buried bomb is a constant threat. The bombs are buried in the ground, and they can be found by anyone who knows where to look.

The United States has been fighting a war in Afghanistan for over a year, and the risk of a buried bomb is a constant threat. The bombs are buried in the ground, and they can be found by anyone who knows where to look.

The United States has been fighting a war in Afghanistan for over a year, and the risk of a buried bomb is a constant threat. The bombs are buried in the ground, and they can be found by anyone who knows where to look.

The United States has been fighting a war in Afghanistan for over a year, and the risk of a buried bomb is a constant threat. The bombs are buried in the ground, and they can be found by anyone who knows where to look.

The United States has been fighting a war in Afghanistan for over a year, and the risk of a buried bomb is a constant threat. The bombs are buried in the ground, and they can be found by anyone who knows where to look.

The United States has been fighting a war in Afghanistan for over a year, and the risk of a buried bomb is a constant threat. The bombs are buried in the ground, and they can be found by anyone who knows where to look.

The United States has been fighting a war in Afghanistan for over a year, and the risk of a buried bomb is a constant threat. The bombs are buried in the ground, and they can be found by anyone who knows where to look.

Many Investors Still Avoid Risks of Iraq

WASHINGTON — Many investors are still avoiding the risks of Iraq, despite the fact that the war has been going on for over a year. The investors are concerned about the potential for a long and costly war, and they are not willing to invest in the Iraqi market. The investors are concerned about the potential for a long and costly war, and they are not willing to invest in the Iraqi market.

The investors are concerned about the potential for a long and costly war, and they are not willing to invest in the Iraqi market. The investors are concerned about the potential for a long and costly war, and they are not willing to invest in the Iraqi market.

The investors are concerned about the potential for a long and costly war, and they are not willing to invest in the Iraqi market. The investors are concerned about the potential for a long and costly war, and they are not willing to invest in the Iraqi market.

The investors are concerned about the potential for a long and costly war, and they are not willing to invest in the Iraqi market. The investors are concerned about the potential for a long and costly war, and they are not willing to invest in the Iraqi market.

The investors are concerned about the potential for a long and costly war, and they are not willing to invest in the Iraqi market. The investors are concerned about the potential for a long and costly war, and they are not willing to invest in the Iraqi market.

The investors are concerned about the potential for a long and costly war, and they are not willing to invest in the Iraqi market. The investors are concerned about the potential for a long and costly war, and they are not willing to invest in the Iraqi market.

The investors are concerned about the potential for a long and costly war, and they are not willing to invest in the Iraqi market. The investors are concerned about the potential for a long and costly war, and they are not willing to invest in the Iraqi market.

The investors are concerned about the potential for a long and costly war, and they are not willing to invest in the Iraqi market. The investors are concerned about the potential for a long and costly war, and they are not willing to invest in the Iraqi market.

Yeni malzemeler

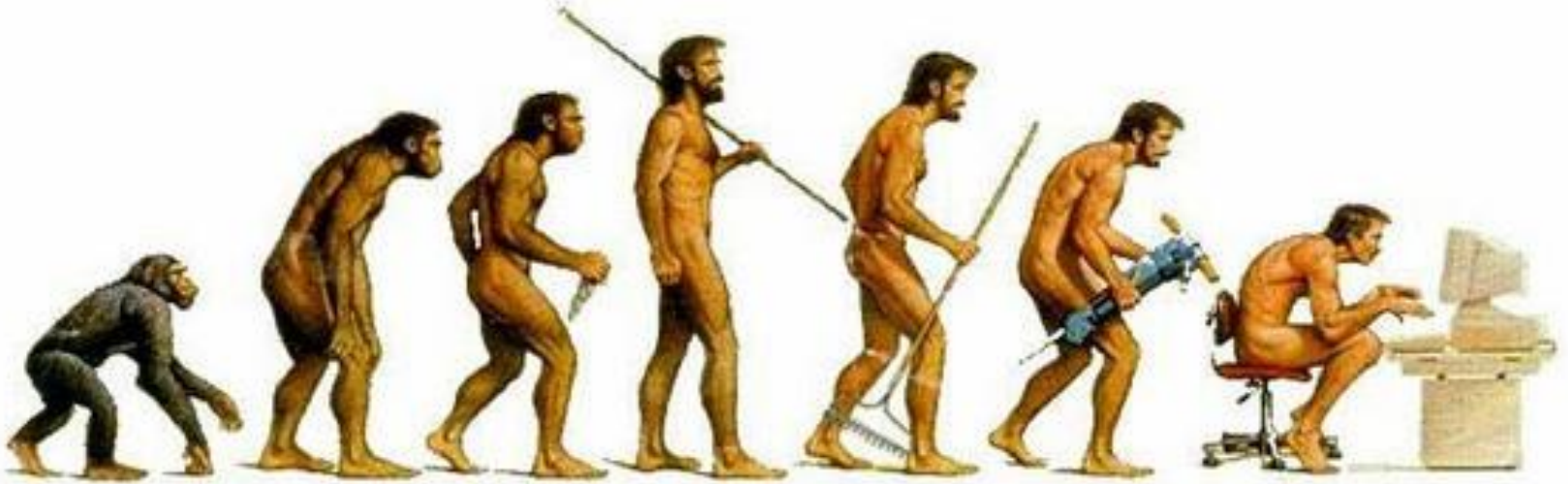


Ödeme sistemleri

Etkileyeceği alanlar:

- AR-GE yapılanmaları (farklı akademik disiplinler)
- Üretim teknolojileri
- Üretim ve malzeme yönetimi
- Kaynak ve satış kanalı yönetimi
- Yeni kriterler ve ölçümler
- M2M, teknoloji yönetimi, ödeme sistemleri
- İnsan kaynağında uzmanlaşma
- Farklı sektörler, farklı firmalar kıyasları (benchmarks)
- Tedarik, lojistik ve OR (Operational Research)
- Petrole dayalı ürünlerin geleceği

Sanayi sonrası toplum



Ekonomi: Bilgi ekonomisi,

Temel üretim etkeni: İnsan sermayesi (bilgi),

Üretim araçları: Robotlar ve nanoteknoloji

Yaşama biçimi: Kentli, aykırı yaşam biçimleri

Dünya görüşü: Büyük anlatıların çöküşü, çok kültürlülük, post pozitivizm, küreselleşme, sermayenin küreselleşmesine karşı ulusçuluk

İdeoloji: ?

Önder: Bilginler, felsefeciler, sanatçılar

Eğitim: Kitle eğitimi (zorunlu), yaşam boyu eğitim (zorunlu)

İşbölümü: Bilişimciler, medya, hizmet sektörleri, adhokrasi, tele iş (uzaktan çalışma),

Değerler: Hızlı değişme, rekabet, eşitlik, özgürlük, bireyin hakları, zaman, yaratıcılık, işbirliği, özdenetim, hazcılık, ahlak, çevrecilik, kalite, özgerçekleştirim, ademi merkeziyetçi yönetim, doğrudan demokrasi

Aile tipi: Çekirdek ailenin parçalanması ya da güçlenmesi, kadın egemen düşüncenin ağırlığı,

Enerji: Doğal (güneş, rüzgâr), nükleer

İletişim: Elektronik ağ

Öncü Bilim: Kuantum elektronigi, moleküler biyoloji, çevre bilimleri

Sorunlar: Gelecek şoku, değer bunalımı, siber terör, bilgi savaşları, insanlar arası eşitsizlik, sermayenin küreselleşmesi

Etkileyeceği alanlar:

- Algılama yönetimi
- Pazarlama yönetimi
- Ürün özellikleri ve fonksiyonları
- Alışveriş alışkanlıkları
- İnsanların tercihleri ve markadan/üründen beklentileri
- Kurumsal yapılar
- İletişim kanallarının kullanılması
- AR-GE üretim süreçleri, piyasa entegrasyonu

NEWISM

(Yenicilik)

Why more than ever, consumers lust after the new. And why that spells heaven or hell for brands.



İşte 2000'den bu yana en iyi 10 buluş:

Facebook	% 73	iPod	% 43
iPhone	62	Youtube	39
Twitter	58	HD televizyon	30
MP3 çalar	51	Saç ütüsü	23
GPS	46	3D filmler	19



2000 yılında 1.4 milyon
olan toplam patent
başvurusu sayısı, 2010'da
2 milyona çıktı.

(Kaynak: Dünya Fikir Mirası
Örgütü,
Aralık 2011)

TO HAVE IS TO (H)OLD



Etkileyeceği alanlar:

- Statüler, değerler, bakış açıları
- Mülkiyet anlayışı (Kiralama/Sahip Olma)
- İnovasyon ve yenilenme, ürün çıkarma hızı
- Organizasyon yapıları
- Tüketici davranışları, değiştirme hızı
- Ürün yaşam eğrileri (Product-Life-Cycle)
- İnsan kaynağı, müşteri beklentilerini ölçme yöntemleri, pazar payı ve intervaller

Z KUŞAĞI



How do they spend their money?



Etkileyeceği alanlar:

- İnsan kaynakları
- Müşteri profilleri
- Kullanılacak teknolojiler
- ICT entegrasyonu
- İnternet temelli uygulamalar, RIFD sistemleri, M2M, B2C, H2C
- Pazarlama yöntemleri, taktikleri
- AR-GE stratejileri
- Kurumsal yapılar, organizasyonlar

Sosyal(ist) şirketler



Etkileyeceği alanlar:

- Şirketin değerleri
- Sosyal(leşme) ve çevre odaklılık maliyetleri
- Müşteri satın alma davranışları
- Rekabet ve sürdürülebilirlik
- Çalışanların değerleri ve uygulamaları
- Yoğunluklu monitoring (Hyperconnectivity)

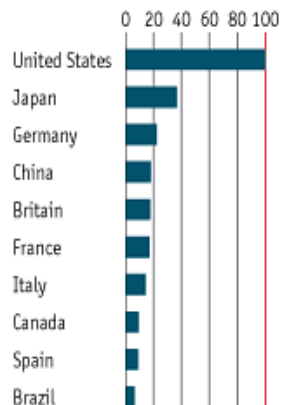
Ne kadar büyüğüz?
Nerede olacağız?



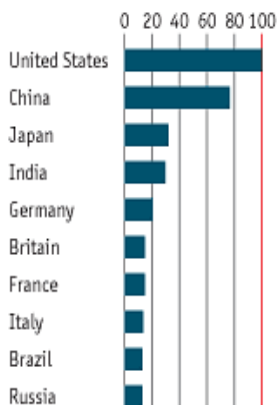
2040 vision

World's ten biggest economies, United States=100

GDP (market exchange rates) 2005



GDP (PPP) 2005



GDP* forecast 2040



Sources: IMF; Goldman Sachs

*Market exchange

Rank	2000**	2010	2020
1	U.S.	U.S.	China
2	Japan	China	U.S.
3	Germany	Japan	India
4	France	India	Japan
5	U.K.	Germany	Russia
6	Italy	Russia	Germany
7	China	U.K.	Brazil
8	Brazil	France	U.K.
9	Canada	Brazil	France
10	Spain	Italy	Mexico

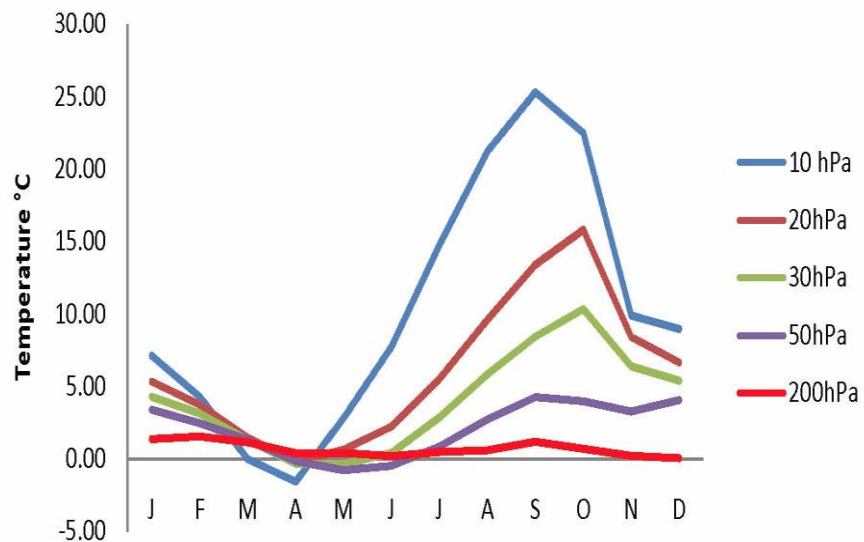
Etkileyeceği alanlar:

- Satın almalar
- Yeni pazarlar ve paylar
- İnsan kaynakları
- İşçi-işveren ilişkileri
- Ortak faaliyetler / ortak projeler
- Çok kültürlülük
- Uzmanlaşmış küçük şirketler
- Büyük ve ölçek ekonomisinden faydalanan yapılar

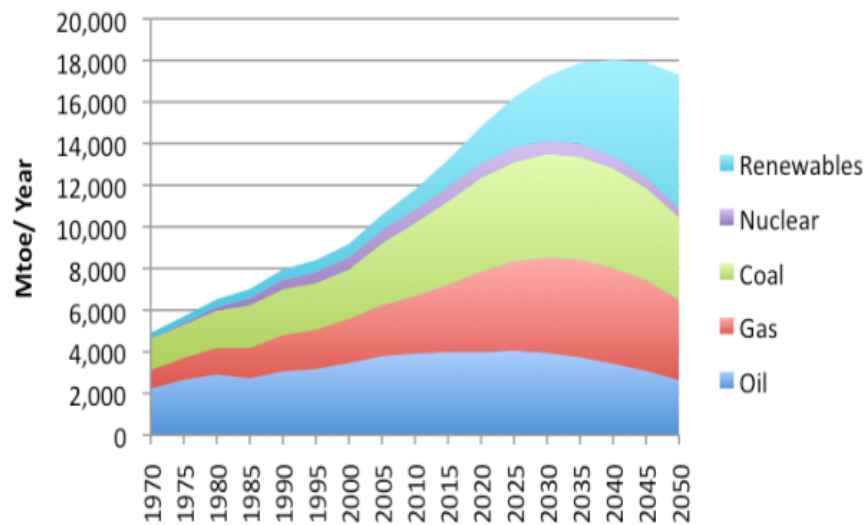
iklim deęiřiklięi



80-90S Lat. Change in average monthly temperature 1977-2009 by comparison with 1948-1976



2052 Forecast Energy Consumption



Etkileyeceği alanlar:

- Isı değişiklikleri (Kuraklık, emisyon, tarım, gıda, yakıt)
- İklim değişikliğine bağlı, ihtiyaçlarda değişiklik
- Alışveriş alışkanlıkları
- Robotlaşma ve teknolojinin daha yoğun kullanılması
- Kentlerin yapılarında değişiklik
- Ulaşım optimizasyonu / Sokak alışkanlıkları
- Petrole dayalı ürünler
- Ulaşım araçlarında değişiklik
- Üretimde yaşanacak değişiklikler
- Ahlak anlayışında değişiklikler