

PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

MAYIS 2020

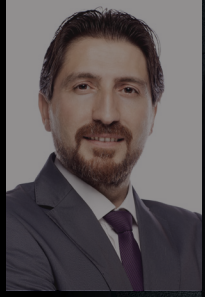
Sayı: 109 / Fiyatı: 10 TL

www.psmmag.com

“Sektörümüz için uç nokta:

ATM’siz
köy ve kasaba
kalmayacak”

Işıl Hasdemir



AÇIK BANKACILIK DEVRİMİ

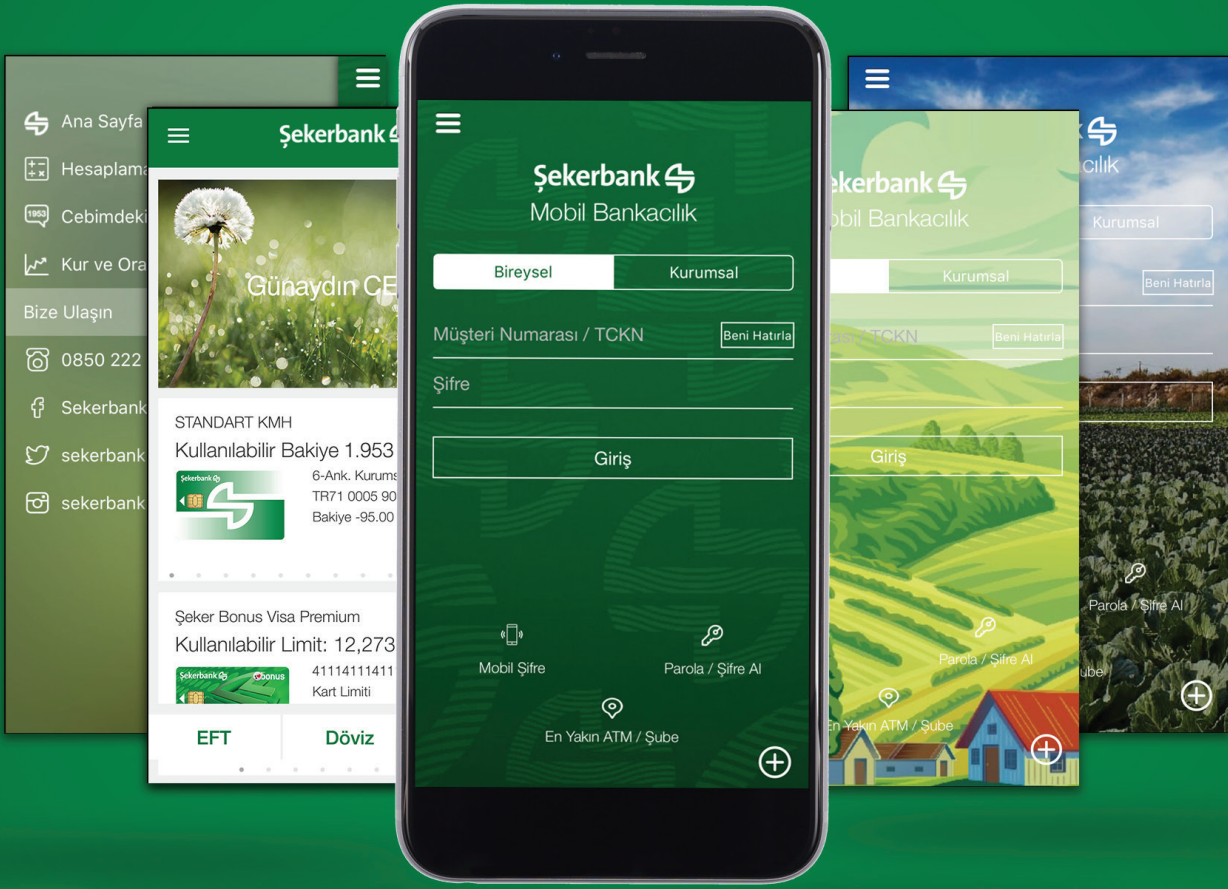
Finans dünyasında
kapılar “AÇILIYOR”

verinin sahibi KRAL oluyor

Türkiye’de bankaların müşteri verilerini üçüncü partilerle paylaşmasının yolu açıldı. Veriyi işleyip tüketicilere "doğru ürün ve hizmeti" sunanlar rekabette öne çıkacak. Bu yarış banka-FinTek rekabetini mi getirecek, yoksa işbirliğini mi?



Şeker Mobil Şube ile
ihtiyaç duyduğunuz
tüm bankacılık işlemlerini
şubeye gitmeden, 7 gün 24 saat
kolaylıkla yapabilirsiniz!



Şekerbank 



Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

Yeni normaller ve finansal sistemin demokratikleşmesi

Koronavirüs salgınıyla gündeme gelen "yeni normallerin" en azından kısa vadede özgürlük, demokrasi gibi kavramlara katkı sunacağına inanmıyorum. Geçmişte cüzzam, veba, verem, İspanyol gribi gibi küresel salgınların zamanla büyük değişim ve dönüşümlere yol açtığı bir gerçek. Ama hepsi kısa vadede bireysel özgürlük alanlarının daralmasına yol açmış. Söz konusu teknoloji, finansal sistemler, ödemeler olunca ise daha iyimserim. Nasıl mı?

Malum, alışkanlık eylemlerin sürekli tekrarlanmasıyla edinilir. Araştırmalar, pek çok alışkanlığın en az 21 gün boyunca hiç ara vermeden tekrar etmeyle oluştuğunu ortaya koyuyor. Bu açıdan, en azından hijyen alışkanlığının dünya genelinde yerleşeceğini umalım...

Bir başka sevindirici alışkanlıksa kuşkusuz temassız ödemeler. Yaşlısı genci hemen her kesimden tüketicinin temassız ödeme "iştahı" göz yaşartıyor. Kasa görevlileri unutsa bile varsa mutlaka kartlarının temassız kullanılmasını istiyorlar. Alışveriş yaptıkları yerde temassız özellikli POS yoksa, sanki bu çok büyük bir eksiklikmiş gibi bir an önce edinilmesini talep ediyorlar. POS

üretici ve tedarikçilerine duyurulur... Avrupa Birliği ödeme hizmetleri direktifleriyle birlikte finans dünyasının gündemine giren "açık bankacılık" kavramı da salgınla birlikte önemini artırdı. Bunu önce egemenlik alanlarına müdahale olarak gören bankaların şimdi kavramı sahiplenme çabaları da doğrusu göz yaşartıcı. Artık FinTek'leri rakip değil iş ortakları olarak görüyor; "rekaberklik" içerisinde birlikte hareket etmeye çalışıyorlar. Ayrıntılarını açık bankacılık konusunda hazırladığımız dosya çalışmamızda bulabilirsiniz...

"Evde kal" çağırısı en çok e-ticaret sektörüne yaradı. Sağ olsun kargo şirketleri de tüketiciden sipariş ücreti almayınca iğneden ipliğe her şeyi internetten sipariş eder hale geldik. Covid-19 salgını sonrası ilk bir ayın verileri bile online alışverişin deyim yerindeyse patladığını gösteriyor. Peki tüketici en çok hangi ürünlere ilgi gösterdi? Hangi sektörler hayal kırıklığına uğradı? Tüketici alışkanlıkları ve müşteri davranışlarında belirgin ne gibi değişiklik yaşanıyor? İstatistikler neye işaret ediyor? Bu dönemde e-ticaret sektörüne girmek isteyenler ne yapmalı, nelere dikkat etmeli? Bu soruların yanıtı da "Korona günlerinde e-ticaret" dosyamızda... Keyifli okumalar.



Erişim Medya Radyo Televizyon ve Dergi Yayıncılık A.Ş. adına
İMTİAZ SAHİBİ VE SORUMLU MÜDÜR

Kayhan Öztürk

GENEL KOORDİNATÖR

Barış Bekar

HABER MÜDÜRÜ

Orhan Pala

EDİTÖRLER

**Esin Gedik, Berrin Uyanık Bekar,
Seda Uygun Pala**

YAYIN DANIŞMANI

**Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com**

DÜZELTMEN
Celalettin Kafesoğlu

FOTOĞRAF
Çelik Çelikyaman

GÖRSEL TASARIM
**Erişim Medya Radyo
Televizyon ve Dergi Yayıncılık A.Ş.**

HABER MERKEZİ
Yağızhan Coşkun

YURTDIŞI TEMSİLCİLİKLER
**Sinem Büber Singh (New York),
Özlem Aydın (Londra),
Zeynep Turan (Roma)**

REKLAM & REZERVASYON
suygun@psmmag.com

DANISMAN, Marka ve Etkinlik Yönetimi
tulin.cakmak@gundemmedyagrubu.com

YÖNETİM YERİ

Şirket Ünvanı

Erişim Medya Radyo Televizyon ve Dergi Yayıncılık A.Ş.
Cumhuriyet Cad. No: 147 / 6 Harbiye / Şişli - İstanbul
Tel: 0212 255 32 92-93-94 / Faks: 0212 238 72 07

BASKI

PLUSONE Basım Matbaa Ambalaj ve Reklam San. Tic. Ltd.
Maltepe Mah. Litros Yolu 2. Matbaacılar Sit. ZF3 34025
Zeytinburnu - İstanbul Tel: 0212 544 58 20
www.plusonebasim.com

YAYIN TÜRÜ

**AYLIK - YAYGIN - TÜRKÇE
(EKONOMİ - HABER DERGİSİ)**

PSM, T.C. Yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır.
Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. Kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz. Köşe yazıları yazarlarının sorumluluğundadır.

iÇİNDEKİLER

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE • MAYIS 2020



42

E-TİCARET

Korona günlerinde
e-ticaret



6

VİTRİN

Şekerbank'tan eczacılara
özel kredi desteği

14

ATM

"ATM'ler 'Automated Teller
Machine'den 'Automated
Transaction Machine'e evrilmeli"



20

AÇIK BANKACILIK

Finans dünyasında
kapılar "açılıyor"; verinin
sahibi kral oluyor

32

mPOS

Verisoft'tan küçük
esnafa temassız ödeme çözümü

34

ANALİZ

"Yeni normal" ve blokzinciri

36

ZİRVE YOLUNDA

"Yeni gelişmelere kolay adapte
olanlar rekabette öne geçecek"



40

FİNTEK DÜNYASINDAN GELİŞMELER

Dijitalleşirken "büyüklerimizi"
unutmayalım

52

MEVZUAT

Covid-19'un küresel etkisi:
Finansal teknoloji yükseliyor

54

EXTRE

Temassız ödemeler 3 katına çıktı



56

DÜNYADAN

Avrupa mobil cüzdan pazarı
111 milyar doları geçecek

► Şekerbank'tan eczacılara özel kredi desteği

Şekerbank, zorlu koronavirüs salgını sürecinin ekonomiye etkilerini sınırlandırmak amacıyla yürüttüğü çalışmalar kapsamında Türk Eczacılar Birliği'yle işbirliğine giderek eczacılara özel yeni bir finansal destek paketi sundu. Buna göre eczacılara özel sunulan krediden hiçbir masraf alınmayacak ve eczacılar dilerlerse 3 aya kadar taksitlerini erteleyebilecek. 12 aya varan vadelerde yüzde 0.99, 12 ay üzeri vadelerde ise yüzde 1.09 faiz oranıyla sunulan ayrıcalık 8 Haziran 2020'ye kadar geçerli olacak. Şekerbank Perakende ve Tarım Bankacılığı, Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Tuğbay Kumoğlu, destek paketiyle ilgili şu değerlendirmeyi yaptı: "Koronavirüs salgınıyla mücadelede en önemli gücümüz sağlık çalışanlarıdır. Daha önce açıkladığımız ekonomiye destek paketi dâhilinde



Tuğbay Kumoğlu

sağlık çalışanlarının mevcut kredi ve kredi kartı ödemelerini haziran ayına kadar ötelemiştik. Bu süreçte önemli bir görev üstlenen eczacılarımızı da

sağlık çalışanları arasında görüyoruz ve Türk Eczacılar Birliği'yle işbirliğimiz kapsamında onlara özel bir destek sunmaktan mutluluk duyuyoruz."

Salgında bir de paranızı kaptırmayın!

Tüm dünyayı etkisi altına alan koronavirüs salgınıyla birlikte dolandırıcılık faaliyetlerinde de yeni yöntemler ortaya çıkmaya başladı. İnsanların korku, endişe, merak gibi duygularını istismar eden dolandırıcılar; koronavirüs için bağış toplama, sahte siteler üzerinden hijyen ürünleri satma gibi bahaneler kullanıyor. BKM ve siber güvenlik uzmanları kullanıcıları dolandırıcılara karşı daha dikkatli olmaları konusunda uyarıyor. İşte dolandırıcıların kullandığı bazı yeni yöntemler:

Kendilerini banka çalışanı gibi tanıtırlar

Telefonla ya da sahte sosyal medya hesapları üzerinden sizinle iletişime geçerek; faiz indirimi, borç öteleme, aidat iptali gibi birtakım vaatlerle bankacılık ve kredi kartı bilgilerinize erişebilir, sizi sahte internet sitelerine yönlendirebilir, sizden şifre ve kişisel bilgilerinizi talep edebilirler.

Koronavirüs salgınına kullanabilirler

Sahte siteler üzerinden eldiven, maske, dezenfektan, kolonya vb ürünlerin satışını yaparak, şifre ve

Koronavirüs Dolandırıcılarına Dikkat!



UZMANLARDAN 6 TAVSİYE

kişisel bilgilerinizi almak isteyebilirler.

Bağış talep edebilirler

Salgını fırsat bilen dolandırıcılar yardımseverlik duygularını istismar ederek sosyal medya üzerinden yardıma muhtaç kişiler için "yardıma muhtaç kişiler var", "acil yardım fonu oluşturuldu" gibi söylemlerle bağış toplama çağrısı yapabilir.

Dikkat!

Finans kuruluşları güvenlikle ilgili her türlü önlemi alsa da kişisel verilerin güvenliğiyle ilgili özellikle kullanıcıların dikkatli olması gerekiyor. Çünkü ülkemizdeki dolandırıcılığın yüzde 86 gibi büyük bir bölümü, sosyal mühendislik yöntemleriyle yani kullanıcıların duygularına hitap eden yöntemlerle yapılıyor. Dolayısıyla dolandırıcılığa karşı tedbir alma konusunda en büyük iş kullanıcılaradır.

1. Mesaj ve e-postalardaki linkleri kontrol etmeden tıklamayın.
2. Koronavirüsle ilgili sahte sitelere, kampanyalara ve reklamlara karşı dikkatli olun.
3. Salgına yönelik bağışlarınızı devlet kurumlarına yapın.
4. Banka veya devlet kurumlarından yapıldığı iddia edilen aramalarda arayan numaranın doğruluğunu internette teyit edin.
5. Şifrelerinizi, kişisel ve finansal bilgilerinizi kimseye paylaşmayın.
6. İki adımlı doğrulama özelliğini destekleyen internet sitelerinden alışveriş yapmayı tercih edin.

TEMASSIZ ÖZELLİKLİ İŞ BANKASI KARTINLA TEMASSIZ ÖDE



Kart şifrenizi tuşlamaya gerek kalmadan Maximum Mobil ile veya temassız özellikli İş Bankası kartlarınızla hızlı ve güvenli işlem yapabilirsiniz. Üstelik temassız işlem üst limiti artık 250 TL.



Hemen indir



maximum.com.tr



**MAXIMUM
MOBİL**

Türkiye İş Bankası hizmetidir.

► E-faturalar artık İşCep ve internet şubeden de ödenebilecek

Türkiye İş Bankası müşterileri, kendilerine gelen e-faturaları artık İşCep ve internet şubeden kolayca ödeyebilecek. Banka iştiraklerinden İşNet'in geliştirdiği dijital platform NetteFatura üzerinden e-fatura hizmeti alan işletmeler de e-faturaları için İş Bankası'na tek seferde ödeme talimatı gönderebilecek. İş Bankası Genel Müdür Yardımcısı Şahismail Şimşek, söz konusu yeniliklerle ilgili şu bilgileri paylaştı:

"Son dönemde artan mükellef sayısı ve yeni düzenlemelerle e-fatura, e-SMM gibi elektronik belgeler, ticari hayatın önemli faktörlerinden biri haline geldi. İş Bankası'nın dijital yetenekleri ile İşNet'in e-fatura konusundaki tecrübelerini bir araya getirerek; müşterilerimizin İşCep ve internet şubede kendilerine gelen e-faturalara ait son ödeme tarihi, fatura tutarı gibi ödeme bilgilerini takip edebilmelerini ve sadece tek tuş ile kolayca ödeme menüsüne geçerek işlem yapabilmelerini sağladık. Bir diğer geliştirmeyle de NetteFatura kullanan İşNet müşterileri, bundan böyle seçtikleri e-faturaların ödeme bilgilerini İş Bankası'na birkaç tıklamayla, işlerinin başından kalkmadan ve başka bir programa, yazılıma gerek kalmadan gönderebilecek ve dilerse İşCep'ten dilerse de internet şubesinden onaylayarak ödemelerini yapabilecek. İşNet ile düzenlediğimiz kampanya doğrultusunda, e-fatura ve e-SMM'ye geçecek olan İş Bankası müşterilerine bu hizmetleri 1 yıl ücretsiz sunuyoruz." İşNet Genel Müdürü Mehmet Fahri Can



Şahismail Şimşek

da işbirliği ve yeni hizmetlerle ilgili şu değerlendirmeyi yaptı: "İşNet olarak 2013 yılından bu yana özel entegratör olarak hizmet veriyoruz. E-fatura, e-arşiv fatura, e-SMM, e-irsaliye gibi birçok elektronik belge içeren bu hizmette kalite ve güven her zaman önceliğimiz oldu. E-belgeler artık ticari hayatta bir yenilik olmaktan çıkıp olağanlaştı ve yeni düzenlemelerle birlikte kullanıcı sayısı da artmaya devam ediyor. Tabii ki bir ticari işlem sadece e-belge düzenlemek ve

göndermekten oluşmuyor. Birçok başka adımı da içeren bu döngüde önemli bir nokta da ödeme işlemi. NetteFatura'ya kazandırdığımız ödeme talimatı hazırlama ve gönderme özelliğini; İş Bankası dijital kanallarında İşNet müşterilerinin kendilerine gelen e-faturaları takip edebilmesi ve ödeyebilmesi geliştirmelerini, e-belge ve ödeme süreçlerini birbirine bağlayan, müşterilerimizin ticari hayatlarını kolaylaştıran katma değerli hizmetler olarak görüyorum."



Paramı Yönetebiliyorum Eğitimleri online platformlara taşındı

Paramı Yönetebiliyorum Eğitimleri online ortamda, internet seminerleri (webinar) şeklinde devam ediyor. Katılımın ücretsiz olduğu eğitimlerin sonuncusu 24 Nisan Cuma günü düzenlendi. Habitat Derneği gönüllüleri tarafından verilen eğitimde "doğru bütçe yapma" konusu işlendi.

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP), Habitat Derneği, Visa ortaklığında 30 banka ve e-para kuruluşunun desteğiyle 10 yıldır yürütülen, "Paramı Yönetebiliyorum" projesi kapsamında bugüne kadar 1.7 milyon kişiye birebir finansal okuryazarlık eğitimi verildi.

ÖDEME SİSTEMLERİNDE GELECEĞİ TASARLIYORUZ!



POS cihazın
artık cebinde!



VISA



troy

Dijital ödeme çözümlerimizle
güvenli ve hızlı ödeme deneyimini keşfedin.

 provision

in    / provisionpay
www.provisionpay.com

► Garanti BBVA, E-Güven'in e-imza platformunu müşterilerine sundu



Can Orhun

Garanti BBVA, elektronik sertifika ve mobil imza hizmet sağlayıcısı E-Güven ile işbirliği yaparak müşterilerine yeni bir dijital kanal daha açtı. İşbirliği kapsamında Garanti BBVA, müşterilerine karşılıklı imza veya onay gerektiren dokümanların tek bir dijital platform üzerinden paylaşılmasını, dağıtılmasını sağlayan Letsign platformunun sağladığı kolaylıkları sunuyor. Garanti BBVA müşterileri, herhangi bir ek entegrasyona gerek olmadan bu çözümden faydalanabiliyor. Web üzerinden Letsign'a yapılacak üyelikle e-imza ve mobil imzayla imzalanacak banka talimatları Garanti BBVA'ya iletilebiliyor. İmzalama platformu Letsign ile banka ödeme talimatları, sözleşmeler ve onay formları da imzalanabiliyor. E-Güven Genel Müdürü Can Orhun, "İmzaları kâğıt ortamından dijitalle



taşıyoruz. İçinde bulunduğumuz dönemde imzaların uzaktan atılmasını sağlayarak iş sürekliliği sağlıyoruz. Ayrıca mobil imzaların internet bankacılığı hizmetlerinde kullanılmasını da destekliyoruz. Yaptığımız işbirliğiyle Garanti BBVA müşterileri; banka talimatlarını, sözleşmeleri ve onay süreçlerini online ortamda bankalarına iletilebilecek" diyor.

Mastercard'dan evini ofise çeviren KOBİ'lere özel destek

Mastercard, Covid-19 döneminde ofislerini eve taşıyan KOBİ'lere özel bir destek paketi oluşturdu. MasterKOBİ paketi kapsamında Mastercard'ın dijital ödeme çözümü Masterpass; Eticsoft, ideasoft, ticimax, T-soft gibi anlaşmalı altyapı sağlayıcılarla çalışan tüm KOBİ'lere 1 yıl boyunca ücretsiz olarak sunuluyor. Evini ofise çeviren işletmelerin ticari sürekliliklerinin devamı açısından kritik öneme sahip olan gereksinimleri de özel indirimlerle karşılanıyor. Örneğin, ticari mobil telefon ve internet bağlantısıyla ofise gitmeden müşterilerin çağrılarını yanıtlamaya ve çalışanlar arası çağrı aktarımı yapmaya olanak veren "Bulut Santralim" hizmeti, Mastercard ticari kart sahiplerine 30 gün boyunca ücretsiz sunuluyor. Uyumsoft tarafından geliştirilen ve farklı bankalardaki gelen ve giden ödemeleri görmeye imkan veren "Banka Bakiyem" de 20 gün ücretsiz olarak sunulurken, acil gönderilmesi gereken evraklar için www.banabikurye.com üzerinden

MasterKOBİ

yapılan ilk gönderi ücretsiz verilirken, diğer gönderiler için yüzde 10 indirim uygulanıyor. Buna ek olarak ilk gönderim de ücretsiz. Cep telefonu, tablet, notebook gibi elektronik cihazlarda karşılaşılabilecek sorunlarda kapıdan teslim imkanı veren Fixplan teknik servis hizmeti de yüzde 15 indirimle sunuluyor. Mastercard Hızlı Büyüyen Pazarlar Pazarlama Başkan Yardımcısı Ceren Turkben Kaya, MasterKOBİ destek paketiyle ilgili şu değerlendirmeyi yaptı: "Araştırmalar salgın döneminde KOBİ'lerin yaklaşık yarısının evden çalıştığını gösteriyor. Türkiye'de kayıtlı ticari işletmelerin yüzde 99.8'ini KOBİ'lerin oluşturduğu düşünülürse, bu yeni gerçeklik hem ülke ekonomisi hem de ticari sürekliliğin işletme seviyesinde devamı açısından önem arz ediyor. Biz de bu çerçevede KOBİ'lere ihtiyaç duydukları temel



Ceren Turkben Kaya

desteği sağlamak üzere en temel gereksinimlerinden yola çıkarak pratik ve kapsamlı bir paket oluşturduk. Hedefimiz, ofislerini evlerine taşımak durumunda kaldıkları bu dönemde MasterKOBİ desteğiyle iş süreçlerinin sorunsuz ve akıcı bir şekilde devam etmesine katkı sağlamak."

İSTANBUL • LOS ANGELES • TORONTO • LONDON • DUBAI • BRATISLAVA • SARAJEVO

İçer Dışer Bir

Verisoft için iş ortaklığı şeffaflıktır

35 yıldır ödeme dünyası için hızlı, güvenli, müşteri odaklı ve yenilikçi çözümler sunuyor.

Verisoft, müşterisini kendine mahkum eden, ek maliyetler getiren ürünler yerine paylaşımcılığı ve şeffaflığı içeren sistemler öneriyor.



Kartlı Ödeme Çözümleri



Dijital Ödeme Çözümleri



POS Yazılım ve Entegrasyonu



Sahtekarlık Önleme ve İzleme Sistemi



Sadakat Kart Uygulamaları



Kart Basım ve Kişiselleştirme Çözümleri



Ödeme Donanım Çözümleri

 **verisoft**

sales@verisoft.com | 0212 483 72 72

verisoft.com

► VakıfBank, 66 yaşında

Kökleri yüzlerce yıllık vakıf kültürüne dayanan VakıfBank, 66'ncı kuruluş yıldönümünü salgın nedeniyle dijital platformlar üzerinden kutladı. 20 bin VakıfBank çalışanına video mesajla seslenen VakıfBank Genel Müdürü Abdî Serdar Üstünsalih, özetle şu mesajları verdi:

"Bu yıl içimiz bir parça buruk. Dünyayı sarsan Covid-19 salgını nedeniyle bir araya gelemedik. Bir aile sıcaklığında, daha güçlü ve daha güzel buluşmalar için bugünümüzü sebep kabul edip hasretimizi diri tutuyoruz. Birim ve şubelerimizde, ülkemiz ve milletimiz için seferberlik ruhuyla çalışan vefakâr arkadaşlarıma bir kez daha

VakıfBank

en içten teşekkürlerimi sunuyorum. Kurulduğumuz günden bu yana ülkemizin yanındaki güç olmaya kararlılıkla devam ediyoruz. Geride bıraktığımız yıl, çalışmalarımız ve emeklerimiz sayesinde bankamızı Türkiye'nin en büyük dördüncü bankası konumuna taşıdık. Bu başarıda 66 yıldır VakıfBank'a emek veren herkesin payı var." Üstünsalih, 30 yıldır VakıfBank çatısı altında emek vermekten gurur duyduğunu da sözlerine ekledi.



Abdî Serdar
Üstünsalih

VakıfBank, ticari mobil bankacılık uygulamasını yeniledi



Ferkan
Merdan

VakıfBank, ticari internet bankacılığının arından şimdi de ticari mobil bankacılık uygulamasını yeniledi. VakıfBank Genel Müdür Yardımcısı Ferkan Merdan, "Dijital kolaylaştırır" yaklaşımımızla müşteri talep ve beklentilerine uygun çözümler üretiyor, ürün ve hizmetlerimizin sayısını her geçen gün artırıyoruz. Bu yaklaşımımızla ticari mobil uygulamamızın altyapısını güçlendirerek işlem setini zenginleştirdik. Yeni arayüzüyle ticaret erbabının işlerini daha kolay, hızlı ve güvenli hale getirdik. Böylece VakıfBank Ticari Mobil ile bankamızın ticari hayatı kolaylaştıran önemli bir kilometre taşına daha eklemiş

olduk" diyor.

VakıfBank Ticari Mobil Bankacılık pek çok işlemi telefonda yapmayı sağlıyor. Ticari Mobil ile döviz işlemleri, üye işyeri ve kredi işlemleri, vergi ve SGK ödemeleri kolayca yapılabilir. VakıfBank müşterileri, ticari kredi kartlarıyla nakit avans, peşine taksit, "sözünle kazan", kart borcu ödemesi gibi işlemlerini de yapabiliyor.

VakıfBank ticari müşterileri, uygulama kullanıcılarının hangi işlemleri yapabileceğini de önceden belirleyebiliyor. Bu işlemler için kullanıcılarına farklı işlem limitleri ve onaylama seçenekleri sunuluyor.

► KentBank Hırvatistan'ın başına Hasan Ecesoy getirildi

Süzer Grubu bünyesinde Hırvatistan'da faaliyet gösteren KentBank'ın Yönetim Kurulu Başkanlığı'na Hasan Ecesoy atandı. Ecesoy, mart ayı itibarıyla grubun Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve aynı zamanda İcra Kurulu Başkan Yardımcısı olarak da göreve başladı. 1971 doğumlu Hasan Ecesoy, lisans derecesini Uludağ Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Elektronik Mühendisliği Bölümü'nden aldı. İTÜ İngilizce İşletme Bölümü'nden yüksek lisans, Marmara Üniversitesi İktisat Bölümü'nden doktora derecesi

bulunan ve bankacılık kariyerine 1993'te Ziraat Bankası Bankacılık Okulu'nda başlayan Ecesoy, çeşitli bankaların hazine bölümlerinde görev aldıktan sonra, 2007-2010 yılları arasında Halk Yatırım'da CEO olarak görev yaptı. Süzer Grubu'na katılmadan önce VakıfBank'ta 2010'dan bu yana hazine yönetimi ve uluslararası bankacılıktan sorumlu genel müdür yardımcılığı görevini yürütüyordu. Ecesoy, Vakıf Yatırım Menkul Değerler ve Türkiye Sermaye Piyasaları Birliği'nin (TSPB) yönetim kurulunda da yer aldı.

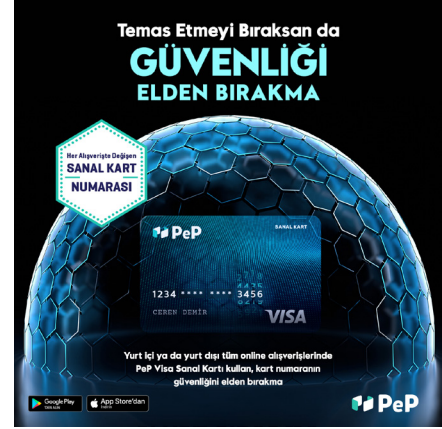


Hasan
Ecesoy

► PeP Visa Sanal Kart ile online alışverişler daha güvenli

Yerli dijital cüzdan PeP, online alışverişin yükselişe geçmesiyle birlikte artan siber tehditlere karşı Visa özellikli sanal kartına sundu. Paladyum Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri Genel Müdürü Artun Kumrulu, "Sosyal mesafenin ve evde kalmanın büyük önem taşıdığı bu dönemde tüketiciler online alışverişini tercih etmeye başladı. Online alışverişin artmasıyla birlikte siber tehditler de çoğalmaya başladı. PeP Visa Sanal Kart ile müşterilerimizin kartlarının kopyalanma riskini yok

ederek, güvenli alışveriş imkânı sağlıyoruz. Müşterilerimize online alışverişte güvenlik vaat ettiğimiz PeP Visa Sanal Kart, yurtiçi ve yurtdışı tüm alışverişlerde kullanılabilir. Her alışveriş sonunda tek kullanımlık numarası yenilenen PeP Visa Sanal Kart ile müşterilerimiz, siber saldırılardan etkilenmeden tamamen güvenli alışveriş yapabiliyor. Bu hizmete tüm tüketiciler web sayfamıza girerek, hiçbir prosedüre ihtiyaç duymadan, koşulsuz, 1 dakika içinde hesap açarak ulaşabilir" diyor.



ininal'ın COO'su Hakan Gonca, CEO'luğa terfi etti



Yeni nesil ödeme platformu ininal'da CEO (Chief Executive Officer (CEO) görevine sektörün deneyimli ismi Hakan Gonca getirildi. Gonca, öncesinde yine ininal'da COO (Chief Operating Officer) görevini yürütüyordu. Lisans eğitimini Northwestern Üniversitesi Elektrik Mühendisliği Bölümü'nde tamamlayan Gonca, Oxford Üniversitesi Said Business School'da İşletme dalında yüksek lisans (MBA) yaptı. Kariyerine Chicago'da Accenture'da danışmanlık yaparak başladı. Ardından Türkiye'de Milestone Capital Partners'ta girişim yatırımları

bölümünde yöneticilik yaptı. 2016'da Multinet Up bünyesine geçen Gonca, stratejik planlama ve iş geliştirme müdürü olarak şirketin yeni yatırımları, kurumsal girişimleri ve stratejik projelerinin sorumluluğunu üstlendi. 2018'den bu yana operasyon ve iş geliştirme genel müdür yardımcısı olarak ininal'in stratejik projelerinden ve kart/müşteri operasyonlarından sorumlu olarak çalışan Hakan Gonca, Multinet Up ve Gürsoy Grup'un kurduğu "Yes Club" girişiminin genel müdürlüğünü de yürüterek, yeni ürünün pazara çıkması üzerine çalıştı.

ininal

► 2 milyon GOCARDİ kullanıcı, MenaPay ile saniyeler içinde ödeme yapabilecek

MenaPay, MENA (Ortadoğu ve Kuzey Afrika) ülkelerindeki ağını genişletmeye devam ediyor. Şirket, merkezi Dubai'de bulunan ve 2 milyondan fazla tüketiciye çevrimiçi dijital hizmet sunan GOCARDİ'yi de müşterileri arasına kattı. GOCARDİ ile MenaPay arasında yapılan işbirliği doğrultusunda, web sitesi üzerinden Netflix, Spotify, Apple Music, PlayStation, Fornite gibi servislerin abonelik ücretlerini ödemek ya da ön ödeme kartlarını

satın almak isteyenler, bu işlemlerini saniyeler içinde yapabilecek. GOCARDİ de yapılan alışveriş sırasında ödeme yöntemi olarak MenaPay'i seçtikten sonra sitedeki QR kodu MenaPay uygulamasıyla okutarak ödemeyi saniyeler içerisinde ve herhangi bir kişisel bilgi veya kart bilgisi girmeden yapmak mümkün. Kullanıcılar blokzincir (blockchain) teknolojisini kullanarak MenaPay ayrıcalığıyla hem güvenli hem de hızla finansal hizmetlerden yararlanabiliyor.

GOCARDİ'de istediğin içeriği satın al, ödemesine MenaPay ile saniyeler içinde yap!



“ATM’ler ‘Automated Teller Machine’den ‘Automated Transaction Machine’e evrilmeli”



NCR, yönetilebilir hizmetler portföyünün en yeni üyesi ATMaas ile ATM ve ATM operasyonlarına ait her türlü hizmet/donanım/yazılımı bir paket halinde servis olarak sunmaya başladı. Şirketin güvenlik ve hijyen amaçlı yüz tanıma teknolojisi çözümü, biyometrik kimlik doğrulamanın yanı sıra mobil bankacılıkla entegre edildiğinde ATM ile teması sifıra kadar indirebiliyor. NCR’in e-kimlik kartlarının ATM’lerde banka kartı olarak kullanılmasına yönelik çalışmaları da hızla devam ediyor...

radikal bir artış beklenmese de işlevsellik yani fonksiyonlite konusunda büyük değişimler bekleniyor. NCR Türkiye ve Büyüyen Pazarlar Başkan Yardımcısı Işıl Hasdemir, Türkiye özelinde kamu bankaları öncülüğünde başlayan “ortak ATM” uygulaması kısa vadede azalma getirirse de orta vadede ATM parkının genişleyeceği görüşünde. Hasdemir, “Erişimin kolaylaşmasıyla birlikte, ortak kullanımın getirdiği verimlilik ve maliyet tasarrufları da bu yaygınlaşmayı destekleyecek. Her bir ATM’in bir banka şubesi olduğunu düşünürsek, uzun vadede ATM’siz köy ve kasaba kalmaması da bu işin en uç noktası olacak” diyor.

Işıl Hasdemir, küresel ve Türkiye ATM pazarı hakkında, rakamlar eşliğinde güncel ve çok değerli bilgileri PSM okurları için paylaştı...

NCR müşterilerini önümüzdeki dönemde hangi yeni çözümler, ürünler bekliyor?

NCR’in Ar-Ge’si hiç durmuyor, aralıksız çalışıyor. Mevcut ürünlerin geliştirmeleri, iyileştirmeleri, yeni versiyon-

Itiraf edelim, çok değil birkaç yıl öncesine kadar biz de dijitalleşmenin nakit para kullanımını azaltacağı; ATM’lerin sayı, kullanım oranı, fonksiyon gibi açılardan güç kaybedeceğini düşünüyorduk. Ancak gelişmeler bizi yanılttı. Aksine dijitalle, dijitalleşmeyle en iyi örtüşen bankacılık kanallarından birinin ATM olduğunu yaşayarak gördük.

2018 yılındaki kısmi daralmanın ardından, 2019-2024 arası kapsayan 5 yıllık dönemde ATM sayısının mevcut seviyesini koruyacağı öngörülmüyor. ATM’lerin sayısında



lara yükseltme opsiyonları; para yatırma, recycle ve self servis teknolojilerine yatırımlarımız sürekli devam ediyor. Birleşme ve satın alma yoluyla NCR ailesine katılan çözümlerin, dijital ve mobil platformların, NCR'ın dünya çapındaki portföyüne entegrasyonları da diğer taraftan devam ediyor.

Bunların dışında daha spesifik olmak gerekirse servis çözümlerimizin genişletilmesiyle ATMaas (ATM as a service - ATM ve ATM operasyonuna ait her türlü hizmet/donanım/yazılımın bir paket halinde servis olarak verilmesi) hizmetini pazara sunduk. Gerek güvenlik gerekse hijyen amaçlı, ATM'lere yüz tanıma teknolojisi entegrasyonu konusunda da yeni bir çözümümüz var; bu çözüm kimlik doğrulama için kullanılıyor, mobil bankacılık ile entegre olması durumunda da ATM'e teması minimuma veya sıfıra indirebiliyor.

Ayrıca halihazırda e-kimlik kartlarının ATM'lerde banka kartı olarak kullanılması (KEC entegrasyonu) konusundaki çalışmalarımız da hızla devam ediyor

Dijitalleşmeyle birlikte nakit para kullanımının azalacağı; ATM'lerin sayı, kullanım oranı, fonksiyon gibi açılardan güç kaybedeceği öngörülüyordu. ATM'lerin dijitalleşme yolculuğundaki rolünü, ATM üreticilerinin bu konudaki katkılarını değerlendirebilir misiniz?

Nakdin ekonomideki rolü devam ettiği sürece ATM'lere ihtiyaç da devam ediyor. Dijitalleşen işlemlerin sonlandırılmasında nakdin fiziksel alışverişi noktasında ATM'ler müşterilerin güvendiği bir araç olarak kullanımlarını artırıyor. Ancak söz konusu "dijitalleşme" olduğunda ben ATM'leri nakit dağıtıcısından çok farklı hizmetlerin birleştirildiği, erişim kolaylığı sağlanan bir etkileşim noktası olarak görüyorum. Bankacılık uygulamalarının dışında da yıllardır pek çok nakit dışı işlem yapıldı. Öyleyse dijitalleşmeyle birlikte neden ATM'lere daha farklı roller vermeyelim?

Örneğin, neden sağlık ve finansı birleştirip bir erişim noktası haline getirmeyelim ya da hukuk sistemine entegre etmeyelim? Dünya "yeni normal" belirlerken bence farklı düşünmenin tam da sırası. ATM'lere her yerden erişilebilir, altyapısı son derece sağlam ve yedeklidir, 7x24 izlenebilir ve güvenlidir. ATM'leri dijitalleşen dünyanın arka planında kalmaya mahkum, sadece nakde indirgenmiş statik kutular olmaktan çıkıp farklı ihtiyaçlara cevap verecek uygulamaların birleştirilerek yaygın hizmet verebilecek şekilde konumlandırmanın bence tam da sırası. Yani "Automated Teller Machine"den "Automated Transaction Machine"e evrilmeli. NCR olarak bizim bu yolda atılmış çok ciddi adımlarımız, projelerimiz mevcut. Örneğin, Dubai polis teşkilatıyla işbirliği yaparak insansız karakollar, elektrikli şoförsüz mobil karakollar geliştirdik...

Sadece bankacılıkta bile dijitalleşmenin ana kanalı ATM'lerdir. Yeni hesap açmadan kişiye özel kart basımına, imzalı doküman alışverişinden canlı uzmanlarla görüşmeye kadar bir şubede yapılan tüm işlemleri, regülasyonlarla desteklediğiniz sürece, herhangi bir şubeye ihtiyaç duymadan bu kanal üzerinden verebilirsiniz. Ki bunun örnekleri günümüzde mevcut. Salgın (pandemi) sonrasında da bankacılıkta çok muhtemel ki müşteriye erişim ve iş yapış şekilleri farklılaşacak, daha çok self servis haline/insansız şubelere doğru dönüşecek.

Küresel düzeyde ve Türkiye özelinde ATM sektörüyle ilgili rakamsal bilgiler paylaşabilir misiniz?

Her ne kadar küresel ölçekte 2018'de ATM sayısında ciddi bir azalma görülse de son RBR raporuna göre 2019-2024 yılları arasında adetlerin ortalama olarak hemen hemen aynı kalması öngörülmüyor. Bunun sebebi ise bazı bölgelerde, spesifik olmak gerekirse MEA (özellikle Mısır, Güney Afrika ve İran), Orta Avrupa (Rusya) ve Latin Amerika'daki (Meksika, Arjantin) artışların Batı Avrupa,



Müşteri memnuniyeti her yerde

İster bankacılık veya perakende sektöründe faaliyet gösterin, isterse bir restoran işletin, operasyonlarınızı otomatikleştirmeniz için işletmenizi dönüştürmeye yardımcı oluyoruz. İşlemlerinizi anında gerçekleştirebilir, fiziksel ortamdan dijital ortama kusursuz bir geçiş yapabilirsiniz.

Birlikte, işletmenizi bugün karşı karşıya olduğumuz gelişmelere adapte edebilir ve ne olursa olsun yarın için geleceğe hazır olmanıza yardımcı olabiliriz.

NCR.com'u ziyaret ederek yeni nesil bankacılık, perakende ve restoran çözümlerini keşfedin.

Simple, made possible 

© 2020 NCR Corporation 162.105.0420 168356-0420

yüzde 16'lık oranla Kuzey Amerika geliyor. Bu bölgenin yüzde 86'sını Amerika Birleşik Devletleri oluşturuyor.

■ Üçüncü sırada, yüzde 12'lik oranla Türkiye'nin de içinde bulunduğu Batı Avrupa geliyor. Bu bölgenin yüzde 88'lik kısmını ise Türkiye, Birleşik Krallık, Almanya, Fransa, İspanya ve İtalya oluşturuyor. Bu bölgenin halihazırda ATM adedi bazında büyümekte olan ülkeleri ise Türkiye ve İspanya.

■ Dördüncü sırada yüzde 9'luk oran ve 301 bin adetle Latin Amerika var. Buradaki en büyük pay ise yüzde 52 ile Brezilya'nın.

■ Beşinci sırada, yüzde 8 ile Orta Avrupa geliyor. Bu bölgedeki ATM'lerin yüzde 51'i Rusya'da. Özellikle Kazakistan'daki yeni ATM kurulumlarıyla birlikte Rusya, 2014 yılından beri ilk defa büyüme trendine girdi.

■ Yüzde 6'lık payıyla en küçük bölge olan Ortadoğu ve Afrika, buna karşılık en büyük büyüme oranına sahip. Toplamda 206 bin kurulu ATM adedinin üzerine her yıl yaklaşık 7 binin üzerinde yeni ATM ekleniyor.

■ Kurulu ATM adetlerine küresel olarak yüzde 84 oranında bankalar sahip, kalan yüzde 16 ise bağımsız ATM sağlayıcıların.

■ Kişi başına düşen ATM sayısına baktığımızda, bölgesel olarak Kuzey Amerika birinci sırada. Ülke

Asya Pasifik ve Kuzey Amerika'daki azalmaları dengelemesi. Bahsettiğimiz dönemde küresel olarak yılda yaklaşık 300 bin yeni ATM satışı öngörülüyor. Demek ki her yıl bu kadar da ATM devre dışı bırakılacak.

Dünya çapında kurulu durumdaki ATM'lerin bölgesel dağılımına, kullanım oranları ve özelliklerine bakacak olursak;

■ Yüzde 49'luk oranla Asya Pasifik dünyanın en büyük kurulu ATM adedine sahip. Ancak bu pazarda 2018 yılından itibaren Çin'deki ATM sayısındaki azalma sebebiyle düşme gözlemlenmeye başladı.

■ İkinci sırada, yaklaşık 500 bin adet ATM'e denk gelen

bazında Portekiz, İspanya ve Avusturya'da her 1 milyon kişiye 1000; Kuzey Avrupa ülkelerinde 265-377 adet ATM düşüyor. En düşük oranlar ise Mısır ve Nijerya'nın başı çektiği Ortadoğu ve Afrika ülkelerinde, yaklaşık 130-140 adet.

■ 100 şubeye düşen ATM adedi için dünya ortalaması 306. Bu konuda en yüksek orana ise 400 adetle Türkiye sahip.

■ Yine RBR'ın her yıl yayınladığı 100 en büyük kurulu ATM ağına sahip banka listesinde son iki yıldır Ziraat Bankası (75'inci sırada), İş Bankası (79'uncu sırada) ve Garanti Bankası (98'inci sırada) yer alıyor. Yine ilginç bir bilgi, bu 100 en büyük bankanın toplam ATM adedi, tüm dünyanın yüzde 53'ünü oluşturuyor.

■ “Recycle” ATM kurulumlarında artış olduğu gözlemleniyor. Son dönemlerde kurulan ATM’lerin yüzde 25’ini, özellikle operasyonel maliyetlerinin düşürülmesi amacıyla “recycle” özellikli olanlar oluşturuyor.

■ Nakit çekim işlemleri sayısında azalma olurken, tek seferde çekilen miktardaki artış ise küresel bir trend haline geldi.

■ Batı Avrupa ortalamasında tek seferde çekilen para miktarı 148 dolar. En yüksek tutar ise 488 dolarla Birleşik Arap Emirlikleri’nde. Bu arada, şube dönüşümü sebebiyle self servis bankacılık işlemlerinde de ciddi artışlar yaşanıyor.

Önümüzdeki dönemde yeni ATM satış ve kurulumlarının artacağını mı yoksa azalacağını mı öngörüyorsunuz? Farklı ürünler, farklı kullanım alanları söz konusu olabilir mi?

Biraz önce de belirttiğim gibi, belirli bölge ve ülkelerde halen ATM büyümesi öngörülüyor, Türkiye de bunlardan biri. Yeni ATM kurulumları devam ederken, diğer taraftan işin doğası gereği yenilemeler olacak. Dünya genelinde olduğu gibi bizde de yeni alımlar tamamen “recycle” teknolojisine dönmüş durumda.

Şube dönüşümleri, self servis bankacılık projelerinde artış devam edecek, özellikle de salgın sonrası iş yapış şekillerindeki değişiklik göz önüne alındığında...

Ayrıca ATM’lerin potansiyellerinden bahsediyoruz; neden sadece nakde erişim noktası olarak kullanıp kısıtlayalım ki? ATM, bir dijital hizmet noktası olarak konumlandırılabilir; bir karakol, postane, kurye merkezi gibi...

ATM’lerin uzaktan kontrol ve yönetimi konusunda güncel çalışma ve gelişmeleri değerlendirebilir misiniz?

Türkiye’de hemen her bankanın ATM operasyonu için ve hatta nakit yönetimi için kendi ekipleri mevcut. Birçoğu yönetim ve izlemesini de kendileri yapıyor, tabii ki bizim destek ve takibimizle. Burada altını çizmekte fayda olan birkaç noktaya değinmek istiyorum. Küresel olarak son birkaç yıldır “ATMaaS” yaygınlaşmaya başladı. İzleme ve yönetimden çok daha fazlasını sağlayan bir sistem bu. Dünyada birçok banka, bankacılığın dışında kalan operasyonel işleri artık dışarıdan temin etme yoluna gitmeye başladı. Bunun başlıca sebepleri arasında bankaların sadece kendi işlerine ve müşteri memnuniyetine odaklanmaları (mevcut servis kanallarının kapasitesi ve yeterliliğine odaklanmak yerine), tamamen bankacılığa ve müşterilerine verdikleri yeni hizmetlere zaman ayırmaları (ATM gibi servis kanallarının çalışırılığında zaman harcamak yerine), regülasyonlarla ilgili zamanında aksiyon almak (EMV, Win10, güvenlik, görüntü alınması gibi konularda zaman ve kaynak ayırmak yerine) istemelerini sayabiliriz.

Bu sadece ATM özelinde bir hizmet değil, ATM ve ilgili tüm operasyonların bir kontrat altında toplanması aslında. Ortalama olarak şube dışında bir ATM’e 20-27 farklı üretici firma destek veriyor, buna bir de bankaların kendi ekiplerini dahil ettiğinizde ciddi bir kaynak enflasyonu olduğunu göreceksiniz. Bu nedenle, ATM’lerin performans ve verimliliğinin artırılıp, operasyonel maliyetlerininse düşürüldüğü bir yapıya doğru gidiş var. NCR olarak bu hizmeti



SEKTÖR İÇİN UÇ NOKTA: ATM’SİZ KÖY VE KASABA KALMAYACAK

Kamu bankalarıyla başlayıp son dönemde özel bankalarda da gözlenen ATM ortaklıkları, işbirlikleri ATM üreticilerini, satış ve yeni kurulumları nasıl etkileyebilir?

Tüm bu ATM ortaklıkları, işbirlikleri aslında bankalara erişimi artırıyor. Kısa vadede büyük şehirlerde, özellikle kamu bankaları ATM

birleşim projesiyle ATM adetlerinde azalma beklense de orta vadede ben tüm ülke çapında kurulu ATM ağında yaygınlaşma bekliyorum. Erişimin kolaylaşmasıyla birlikte, ortak kullanımın getirdiği verimlilik ve maliyet tasarrufları da bu yaygınlaşmayı destekleyecek. Her bir ATM’in bir banka şubesi olduğunu düşünürsek, uzun

vadede ATM’siz köy ve kasaba kalmaması da bu işin en uç noktası olacak. Ayrıca değişen gelişen teknolojilerin mevcut ATM’lere uygulanması da üreticilerin her daim gündeminde olan bir konu. Self servis bankacılık hizmetlerinin sunulduğu yeni tip şubeler de farklı bir satış ve proje kanalı olarak devam edecek. ▶

A'dan Z'ye verdiğimiz müşterilerle birlikte, kısmi olarak da verdiğimiz müşterilerimiz var. Yani bir bankanın ATM ile ilgili her türlü operasyonunu yürütmenin yanında, küresel çapta iş ortaklarımız ve bizim yönettiğimiz bankalarla birlikte sadece nakit yönetimi, ATM izlemesi, SLM gibi kısmi hizmetleri verdiğimiz müşterilerimiz de var. Belgrad'da kurulu 4 bin kişinin çalıştığı bir operasyon merkezimiz var, bu merkezden birçok ülkeye, mevzuatları çerçevesinde hizmet veriliyor. Ortadoğu ve Afrika'nın bazı ülkelerinde "yönetilebilir hizmetler" şeklinde bu servislerin bazıları müşterilerimize sunuluyor. Türkiye'de bu



konu bankaların gündemine yeni yeni giriyor, biz de bu yönde çalışmalarımıza devam ediyoruz.

Donanım dışındaki faaliyetlerinizle ilgili; nakit yönetimi, yazılım çözümleri, şube değişim ve dönüşüm projeleriniz hakkında bilgi alabilir miyiz?

NCR, Türkiye'de bankacılık, perakende ve yeme/içme sektörlerinde faaliyet gösteriyor, faaliyetlerimiz sadece cihaz temini ve bunlarla ilgili saha hizmetlerini (bakım, onarım, kurulum) içermiyor. Bunların dışında şube dönüşüm, dijital bankacılık, güvenlik sistemleri, ödeme sistemleri/platformları, self servis çözümler, POS çözümleri, restoranlar/perakendeciler ve banka şubeleri için uçtan uca dijital müşteri deneyimi çözümleri gibi platform çözümlerimiz ile müşteriye özel kişiselleştirilebilen profesyonel danışmanlık, uygulama geliştirme/entegrasyon ve destek hizmetlerimiz de mevcut. Ayrıca daha önce de belirttiğim "ATMaaS" yönetilebilir hizmetler portföyümüzün en yeni üyesi.

ATM'lerin hijyeni konusunda herhangi bir çalışma yapılıyor mu? Koronavirüs salgını nedeniyle hassasiyeti artan bu konuda farklı uygulamalar gündeme gelebilir mi?

ATM'lerin hijyeni konusunda çalışmalarımız mevcut, müşterilerimize bu konuda farklı alternatifler sunmaya başladık. Bunlar arasında, ATM yüzeylerinin gümüş nano partikülleriyle temizlenmesi de var. Konuyla ilgili <https://www.ncr.com/coronavirus> linkini ziyaret edebilirsiniz. Banknotların sterilizasyonu konusunda da çalışma ve araştırmalarımıza devam ediyoruz.

"GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELER İÇİN ATM EN KOLAY ULAŞILABİLİR DİJİTAL KANAL"

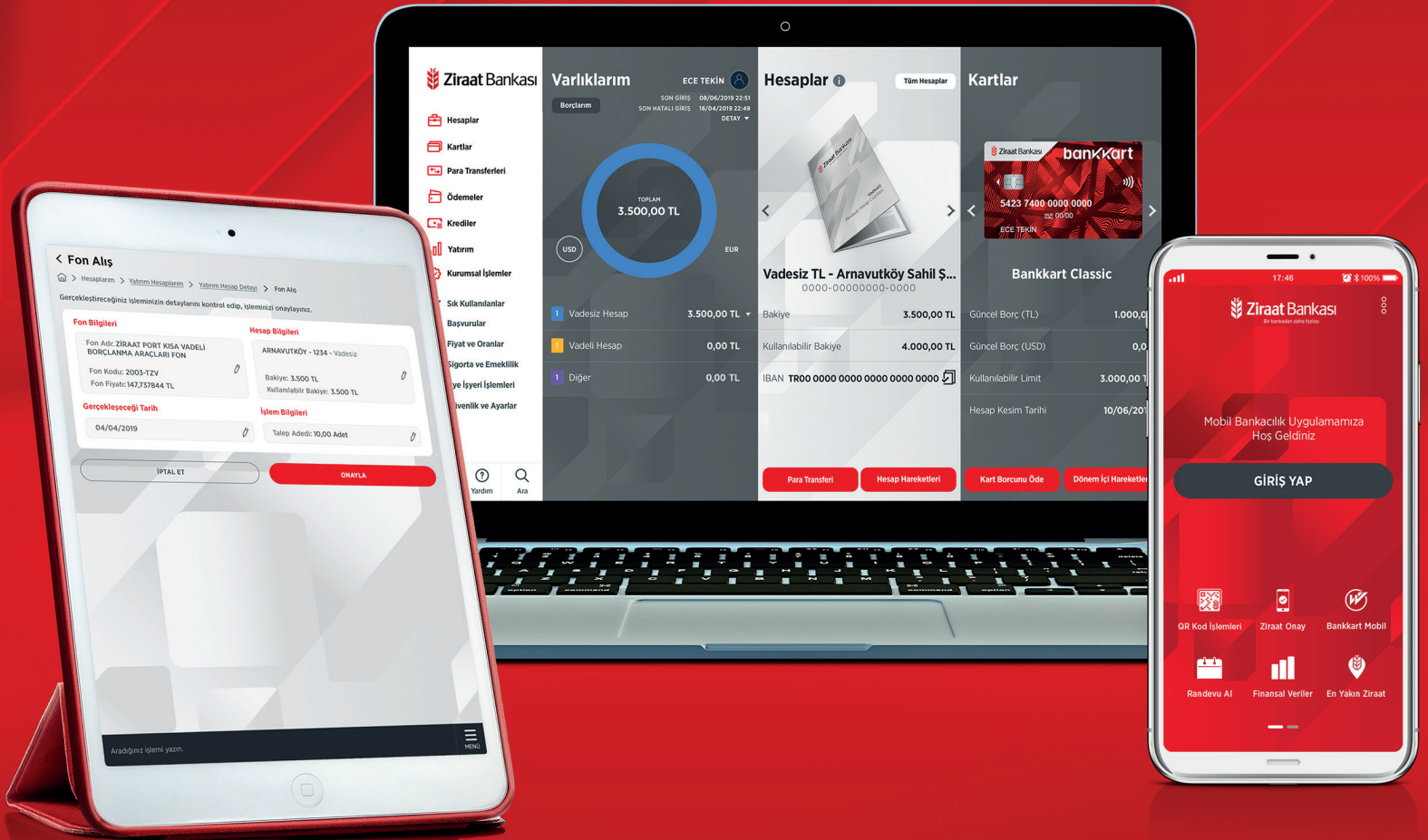
Biraz da fütüristik bir bakış açısıyla, gelecekte nasıl bir ATM dünyası öngörüyorsunuz? Nakit kullanımı, nakit yönetimi, ödemeler; bizleri nasıl bir gelecek bekliyor?

Salgın nedeniyle gelecekteki tüm iş modelleri, müşteri deneyimi standartları, dijital dönüşüm planları kesinlikle değişecek. İnsanlar değişim ve dönüşüme çoğu zaman direnç gösterir ve uygulamaya koymakta gecikir. Ancak bunun istisnalarından birinin finans sektörü olduğunu biliyoruz. Bu sektörde bile kullanıcılar bu zamana kadar bankaların kendilerine sunduğu dijital kanalları kullanmak yerine geleneksel kanallar üzerinden ilerlemeyi tercih ediyordu. Tabii burada "milenyal" dediğimiz kuşağı hariç tutmak lazım. Bu salgın sırasında mecburen, banka müşterileri dijital seçeneklerle

yöneldi ve deneyimlerinden de son derece memnun kaldılar. Bu dijital deneyimin tüm sektörlerde yayılması ve benimsenmesini beklemek doğru olacaktır. Tekrar finans sektörüne dönersek, bankalar özellikle gerçek zamanlı para transferleri, temassız çözümler, QR kodlu ödemeler, mobil cüzdan, self servis şube, dijital müşteri katılımı gibi konularda hayli ilerlerde. Mevcut durumu göz önüne alırsak, kağıt dolaşımının ortadan kalkması, mobil uygulamaların tamamen bir banka şubesi olarak kullanılması, kimlik doğrulamalarının biyometrik (yüz, avuç içi vb) özelliklerle yapıldığı, bu yüzden plastik kartların (kredi kartı, banka kartı) kullanımına gerek duyulmadığı ortamlara doğru gidiliyor. Ancak bunun için ön koşul, bu dijital kanalların bazılarında (mobil/online gibi) erişim yani, internet. Herkesin

internete erişim imkanı olmadığı ya da maliyet gibi sebeplerle kısıtı olduğu düşünülürse, burada ATM'in bir kanal olarak halihazırda önemini sürdüreceğini düşünüyorum. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde ATM en kolay erişilebilir dijital kanaldır. Bununla birlikte kesinlikle ATM'ler de dijital dönüşümle birlikte farklı modellere evrilecek. Evrimleşmiş modellerin kullanımının sadece bankalarla da sınırlı kalacağını düşünmüyorum. Çünkü şirketler ve kamu için esas olan müşterilere/vatandaşlara verilecek hizmet. Hangi donanımla, yazılımla yapıldığından ziyade hizmetin içeriği, kalitesi ve verimliliği önemli. Bu doğrultuda gelecekteki ATM'ler talep edilen "self servis" hizmetine göre konfigüre edilip bir servis olarak sunulabilecek. NCR'in da tüm planları "NCR as a Service" üzerine çalışmak yönünde. ☺

KOLAYLIĞI TEKNOLOJİYLE BİRLEŞTİREN İNTERNET ŞUBESİ VE MOBİL ŞUBE ZİRAAT'TE



Hemen indirin!

Google Play
DEN ALIN

App Store'dan
İndirin

Ziraat Mobil

Herkes rahatça kullanabilsin diye dijitalin kolayı Ziraat'te.



Ziraat Bankası

Bir bankadan daha fazlası



Müşteri İletişim
Merkezi
www.ziraatbank.com.tr

[Twitter](#) [Facebook](#) [Instagram](#) [YouTube](#) /ziraatbankasi

FİNANS DÜNYASINDA kapılar “açılıyor” verinin sahibi kral oluyor



Bir soruyla başlayalım dosya konumuza: Evde, işyerinde hangimizin banka hesap defteri var? Ben bir tanesini “anı” olsun diye sakladım. Eminim çoğunuzun da yoktur. Oysa çok değil 15-20 yıl önce, elimizde defter olmadan bankacılık işlemlerinin çoğunu yapamıyorduk. Defterler kalktı, şube kuyrukları azaldı, ATM’ler ve cep telefonları internet bankacılığını ikinci plana itti. Artık finansal işlemlerin yüzde 90’ını istediğimiz yerden cep telefonumuzla yapabiliyoruz.

Hatta artık bu işlemleri bankalarla da yapmak zorunda değiliz. Kısa sürede çok büyük bir değişim değil mi? Ama henüz işin başındayız. Çünkü artık finansal sistemleri tamamen değiştirecek çok önemli adımlar atılıyor. Bunların başında elbette blokzincir (blockchain) geliyor. Gerçi bu teknolojinin günlük hayatımıza dokunması için biraz daha zamana ihtiyaç var. “Açık bankacılık” (open banking) ise büyük bir hızla hayatımıza girmeye başladı bile.

Açık bankacılığı, “bankalar tarafından tutulan müşteri finansal bilgilerinin (ödeme tutarları, yapılan harcama bilgileri, düzenli ödenen faturalar vb) müşteriler tarafından verilecek izinler doğrultusunda üçüncü partilerin kullanımına açılarak çeşitli hizmetler sunulması” şeklinde tanımlamak mümkün.

Bu sistem, banka müşterisine API’er (uygulama geliştirme

arayüzleri) aracılığıyla, diğer tüm finansal kuruluşlardaki verilerine ulaşım imkanı veriyor. Bu ağlar sayesinde müşteriler, güvenli şekilde ağda yer alan diğer tüm finansal kuruluşlarla verilerini paylaşıp bu sayede işlemlerini çok daha hızlı, düşük maliyetle gerçekleştirme; finansal kuruluşlar da müşterilerine ihtiyaçlarına en uygun ürün ve hizmeti sunma şansını elde ediyor.

Açık bankacılık konusunda en önemli adım, Avrupa Birliği’nde 13 Ocak 2018 tarihinde yürürlüğe giren ve “açık bankacılık direktifi” olarak da nitelendirilen İkinci Ödeme Hizmetleri Direktifi (Payment Services Directive 2 - PSD2) ile atıldı. Türkiye de hemen ardından 22 Kasım 2019 tarihinde “Dijital Hizmet Vergisi ile Bazı Kanunlarda 375 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapan Kanun Teklifi”yle açık bankacılığın yasal altyapısını hazırladı.

Evet, banka-müşteri ve üçüncü partiler arasında yepyeni bir dönem başlıyor. Peki sistem, bu sacayağına neler sağlayacak ya da neler kaybettirecek? Bankalar, FinTek’ler ve müşteri verisini kullanabilecek diğer sektörler sisteme ne kadar hazır? Hangi projeleri geliştiriyorlar, tüketicilere ne gibi avantajlar sunacaklar?

Bankalardan FinTek’lere, danışmanlardan avukatlara ve sivil toplum kuruluşlarına uzanan geniş bir yelpazede “Türkiye’de açık bankacılığın yol haritasını” siz okurlarımızın ilgisine sunuyoruz...

“Her yerde bankacılık vizyonumuza büyük fayda sağlayacak”

Açık Bankacılık uygulamasının kurumsal bankalara getirdiği avantajlar nedir? Avantajların yanı sıra dezavantajlarının olacağı da konuşuluyor...

Ürün ve hizmetlerini kendi kanallarının dışına taşıyıp yaygınlaştırmak ve dijital dünyanın içinde farklı platformlarda bireylerin ihtiyaçlarına cevap vermek isteyen, bu vizyona sahip olan bankalar girişimlerle işbirliğine gitmeyi tercih edecektir. Böylece, bankaların güçlü marka ve güven algısı, yeterli sermaye ve yasal uyum bilgisi, yüksek sayıda müşteriye hizmet vermeye uygun altyapısı gibi kuvvetli yönleri, girişimlerin inovatif zihniyet ve çeviklik bakış açısıyla birleşerek, bireylere kullanıcı deneyimi yüksek yenilikçi ürün ve hizmetler sunabilecek.

Açık bankacılık vizyonunu iyi anlayan, ona yeni bir hizmet modeli olarak yaklaşan bankalar; önceden geleneksel iş yapış şekilleri içerisinde fırsat sunmaya bulamadığı yenilikçi ürün ve hizmetleri hayata geçirme ve bunun sonucunda müşteri sayısı ve pazar payını artırma gibi avantajlara sahip olacak. Özetlemek gerekirse, açık bankacılığın getireceği değişimin etkilerini bankaların bu konuya yaklaşımı ve alacakları aksiyon belirleyecek.

İş Bankası, açık bankacılık kapsamında FinTek’lerle nasıl bir işbirliği zemini oluşturacak?

İş Bankası olarak “Her yerde bankacılık” vizyonumuz doğrultusunda; diğer girişim ve kuruluşlarla işbirliğinin artırılması amacıyla sistematik bir şekilde çalışıyor, her açıdan inovasyon ve işbirliğini destekleyen adımlar atıyoruz. Girişimcilik ekosistemine ilk adımımız, 2016 yılında Kolektif House Levent’te açtığımız ofisle oldu. Ardından yurtdışındaki gelişmeleri yakından izlemek, küresel düzeyde işbirliği fırsatlarını yakalamak amacıyla ilk inovasyon üssümüzü Haziran 2016’da ADB’deki Silikon Vadisi’ne kurduk. Ekim 2018’de ise Çin’de ikinci yurtdışı inovasyon merkezimizi açtık. Böylece inovasyonun merkezi olan coğrafyalardaki gelişmeleri yakından tecrübe ederek, yeniliklerin İş Bankası’nın sunduğu ürün ve hizmetlere daha hızlı adapte edilmesini mümkün hale getirdik.

Mayıs 2017’de startup’ların işlerini büyütmesine yardımcı olmak için Workup Girişimcilik Programı’nı hayata geçirdik. Programa dahil olan girişimlere çalışma ortamı, eğitim ve mentorluk desteği verirken, aynı zamanda onları en temel ihtiyaçları olan müşteriye ulaşmalarını sağlamak amacıyla İş Bankası ve iştiraklerimizle bir araya getiriyoruz. Workup altında ve ekosistemdeki diğer pek çok girişimle yıllardır yürüttüğümüz işbirlikleri; birlikte ürün tasarlama, onların müşterisi olarak hizmetlerini satın alma, çözümlerini çeşitli kampanyalarla İş Bankası müşterilerine ulaştırma gibi çok yönlü çalışmalar sayesinde “girişimcilerle birlikte çalışma” kültürüne hakimiz. Girişimcilerin, en çok işbirliği yapan ve onların büyümesine destek sağlayan şirketleri değerlendirdiği “Startup Dostu Şirketler” sıralamasında da son 3 yıldır üst üste ilk sırada yer alıyor. Açık bankacılık vizyonunu besleyen, girişimcilerle işbirli-



Hüsnü Mete Güneş

Türkiye İş Bankası Dijital Bankacılık Müdürü

ği yapma konusunda son yeniliğimizse Haziran 2018’de hayata geçirdiğimiz API portalimiz developer.isbank.com.tr oldu. Teknolojik altyapımızı mikro hizmetler şeklinde parçalara ayırıyor ve API’ler üzerinden kaynaklarımızı girişim ve kurumların kullanımına açıyor, ihtiyaç duydukları finansal hizmet fonksiyonlarını kullanıma hazır şekilde sağlıyoruz. Böylece kaynağı ve zamana kısıtlı olan girişimlerin ihtiyaçlarını hızlıca karşılayarak yenilikçi hizmetlerin hayata geçirilmesi için destek oluyoruz.

Öte yandan, Londra örgütümüz aracılığıyla üye olduğumuz Open Banking UK organizasyonuna ilk dâhil olan Türk bankası olduk. Girişim ve FinTek’leri destekleme, birlikte değer yaratıp büyüme anlayışımızın bir diğer adımı olarak; 2018 yılı mayıs ayında faaliyete başlayan Maxis Girişim Sermayesi Portföy Yönetimi tarafından kurulan Yenilikçi Girişim Sermayesi Yatırım Fonu ile teknoloji odaklı, hızlı büyüme potansiyeli bulunan, yeni nesil giri- ➤

İŞ BANKASI API PORTALI AÇILDI.

Tıklayın, finansal uygulamalarınızı geliştirirken API servislerimizden yararlanın.



şimlere sermaye yatırımı yapmaya başladık. FinTek'lerle işbirliği fırsatlarını değerlendirmek amacıyla attığımız önemli bir adım da dünyanın en geniş katılımcı ağına sahip blokzincir platformu R3'ün Corda platformuna katılmak oldu. Blokzincir teknolojisini güvenlik, hız ve operasyonel verimliliği artırma potansiyeli nedeniyle finans sektörünün ve bankacılığın geleceğini şekillendirecek, yeni bir iş modeli olarak görüyoruz. Dünyada kamu ve özel sektörden 300'den fazla katılımcının bulunduğu geniş bir ekosistem üzerinde çalışmalarını yürüten R3, Corda blokzincir platformu üzerinde yarattığı işbirliği ortamı sayesinde üyelerin blokzincir tabanlı uygulamalar geliştirmesini sağlıyor. Biz de bu platforma entegre olarak geliştireceğimiz hizmetlerimizle Türkiye'de öncü banka olmayı hedefliyoruz.

1.5 YILDA API SAYIMIZI 32'YE ÇIKARDIK

Yeni dönemin tüketicilere ne gibi katkıları olacak?

Açık bankacılık düzenlemeleriyle finansal hizmetlere erişimin daha da kolaylaşacağı, müşteri deneyiminin çok daha basitleşeceğini söyleyebiliriz. Bireyler, şu an bankaların sunduğu kanalların dışında da farklı dijital kanallar, platformlar üzerinden ihtiyaç duydukları anda ve yerde bankacılık hizmetlerine erişebilir hale gelecek. Örneğin, şimdiden Avrupa'da artık temel bir hizmet

halini alan hesap konsolidasyonu uygulamalarıyla kullanıcılar farklı bankalara ait hesaplarını tek bir uygulama üzerinden görebiliyor, kişisel finans yönetimi daha kolay hale geliyor. Yasal düzenlemeler kapsamında bankacılık fonksiyonlarının üçüncü parti kuruluşların da kullanımına açılması sonucunda, ileride yapay zeka ve donanımsal teknolojilerin bankacılık işlemlerindeki kullanımının artacağını, kişiselleştirilmiş finansal hizmetlerde birey bazına indirgenmiş uygulamaların gelişeceğini düşünüyoruz.

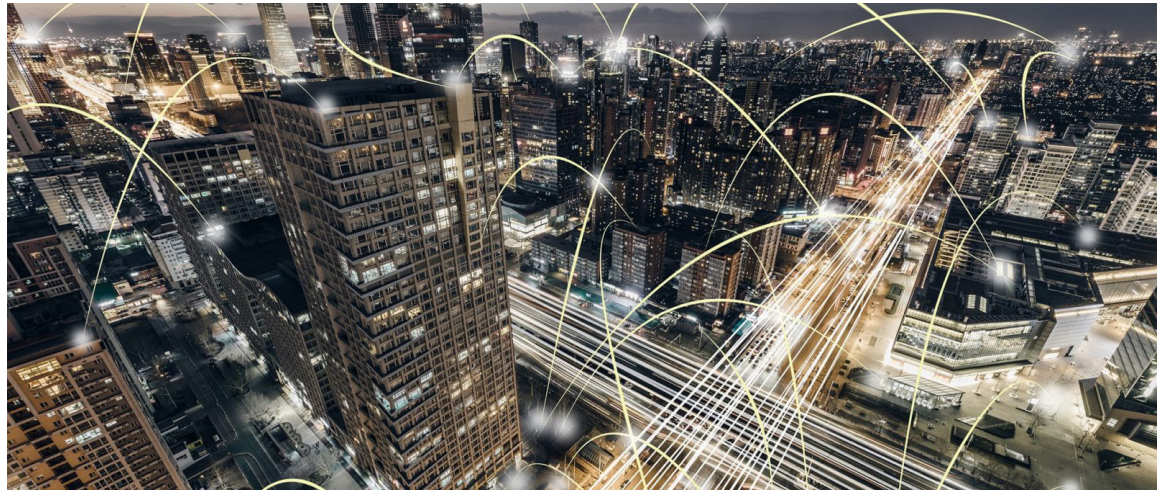
Bu alanda hayata geçirdiğiniz, üzerinde çalıştığınız ve planladığınız projelerden söz eder misiniz?

Açık bankacılık yaklaşımıyla girişim ve finansal kuruluşlarla işbirliklerimizi kolaylaştırıp yenilikçi ürünler hayata geçirmek, bankacılık ürün ve hizmetlerimizi bankamız dağıtım kanalları dışından da erişilebilir hale getirmek amacıyla, 2018 yılında developer.isbank.com.tr API portalimizi hayata geçirdik. İlk olarak kredi süreçlerine ilişkin fonksiyonlar içeren 14 API'mizi bu portal üzerinden girişimlerin kullanımına sunduk. O günden bu yana yaklaşık 1.5 yıllık süre zarfında API sayımızı 32'ye çıkardık ve artık;

- Anında kredi kullanımı ve krediyle ödeme,
- Havale/EFT gönderimi,
- Döviz kuru bilgileri gösterimi,
- Mevduat faiz oranları gösterimi,
- Yol geçiş (HGS) işlemleri,
- Hesap hareketleri ve bakiye gösterimi,
- ATM/şube lokasyon bilgileri,
- Maaş ödeme,
- İş Bankası bilgileriyle oturum açma, gibi temel bankacılık fonksiyonlarını, ihtiyaç duyan girişim ve diğer finansal kuruluşların hizmetine sunuyoruz.

Girişim ve kurumların ihtiyacına yönelik yeni API portalimizi zenginleştirmeye devam ediyoruz. Portalini hayata geçirdiğimizden bu yana ziyaretçi sayımız 30 bini geçti. API'lerimizi test etmek amacıyla kum havuzu (sandbox) ortamına kayıtlı 700'den fazla firma ve geliştirici de bulunuyor.

Şimdiye kadar 16 farklı firmayla krediyle ödeme, havale, ATM lokasyonu, döviz kuru bilgi gösterimi, İş Bankası bilgileriyle oturum açma (single sign on) gibi hizmetlerini sağladığımız 20 adet API entegrasyonu sağladık. Ayrıca devam eden 21 adet entegrasyon çalışmamız var.



“Müşteriye daha iyi ürün ve servis sunmanın en önemli yolu olacak”

Dünyadaki açık bankacılık uygulamalarının ulaştığı nokta hakkındaki görüşlerinizi ve gelecek öngörülerinizi paylaşabilir misiniz?

Tüm ülkeler kendi finans sektörlerinin ihtiyacına uygun olarak kanun, yönetmelik ve altyapılarını hazırlamaya başladı. Avrupa’da yürürlüğe giren PSD2 regülasyonları, Türkiye’deki bankacılık sektörüne etkisini yakın bir zamanda göstermeye başlayacak. PSD2 ile birlikte yeni oyuncuların finansal sektöre girmesi rekabet ortamını daha da artıracak ve müşterilere sunulan hizmetin kalitesi yükselecek. Gelecek yıllarda müşterilerimize daha iyi ürün, servis ve deneyim yaratmanın en önemli yollarından birinin açık bankacılık olacağını düşünüyoruz. Açık bankacılık, banka hesabı olmayan ve bankacılık ürünlerine yeterli erişimi olmayan kullanıcıların finansal servislere erişiminde çok önemli bir rol alacak.

Bu dönemde bankalarla FinTek’lerin kuracağı işbirliklerinin devam edeceğini düşünüyoruz ve bunu önemli buluyoruz. Finansal sistemlerde bir kurumun güçlü bilançosuyla riski sahiplenmesine ihtiyaç var. Bankalar bu konuda oldukça kuvvetli. Dolayısıyla banka API’lerine ihtiyaç önemli olmaya devam edecek.

Açık bankacılık uygulamasının kurumsal bankalara getirdiği avantajlar nedir?

Açık bankacılıkla yeni finansal hizmet oyuncuları ortaya çıkacak. Bu da finans sektöründeki rekabetin yanı sıra ürün ve hizmet kalitesinin artması anlamına geliyor. Mevcut pozisyonlarını korumaya ve güçlendirmeye çalışacak bankaların ise yeni iş modelleri geliştirme üzerine çalışacağını öngörüyoruz.

Müşterilere katma değerli ürün ve hizmetler sunmak rekabet açısından daha kritik hale gelecek. Açık bankacılıkla bankalar, müşteri verilerini diğer kurumlardan gelen bilgilerle eşleştirdiklerinde müşteri beklentileri hakkında daha iyi öngörülerde bulunup ürünlerini buna göre geliştirebiliyor. Verilerin birleştirilmesi sonucu müşterileri daha iyi tanıyabildiğimiz için onlara uygun kişiselleştirilmiş teklifler sunabileceğiz. İhtiyaç duydukları ürün ve hizmetlere daha kolay bir şekilde erişmelerini sağlayabileceğiz.

Banka olarak açık bankacılık kapsamında FinTek’lerle nasıl bir işbirliği zemini oluşturacaksınız?

Yapı Kredi olarak hem Türkiye hem de Avrupa, Amerika ve Asya’daki girişimleri yakından takip ediyoruz. Müşterilerimize katma değerli ürün ve hizmet sunacağımızı düşündüğümüz girişimlerle işbirliği yapmak için görüşmelerimizi halihazırda sürdürüyoruz.

TCMB’nin çıkardığı yeni yönetmeliğin netleşmesiyle birlikte API’lerimizi sektördeki yeni oyunculara açmayı hedefliyoruz. API’lerimizi FinTek, PropTech, InsurTech, BigTech, e-ticaret ve sosyal ticaret iş modellerinin ihtiyaçlarına uygun olarak tasarlıyoruz. Yeni dönemde de işbirlikleriyle müşterilerimize verdiğimiz hizmetin sınırlarını genişletmeye devam etmeyi hedefliyoruz.



Yakup Doğan

Yapı Kredi Genel Müdür Yardımcısı

Peki beni dönemin tüketicilere ne gibi katkıları olacak?

Finansal oyuncular arasındaki geçişkenliği azaltmak için müşteri deneyiminin iyileştirilmesi ve müşterilerin hayatlarını kolaylaştıracak yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi ön planda olacak. Bununla birlikte yeni dönemde müşteri kendi verisi üzerinde söz sahibi olacak. Açık bankacılık modelinde kullanıcılar tüm hesaplarını tek bir yerde toplayabilecek ve çok daha kolay yönetebilecek. Ayrıca kullanıcıların izni doğrultusunda bankalar, müşterinin finansal bilgileriyle beklentilerine daha iyi cevap verecek akıllı ürünler ve hizmetler sunabilecek.

Açık bankacılık, bankalar tarafından kayıt altına alınan, düzenli fatura ödemeleri, harcama bilgileri, kullanılan krediler gibi müşteri finansal bilgilerinin, yine müşteriler tarafından verilecek izinler doğrultusunda bilgi gizliliği ilkelerini koruyarak üçüncü parti kurumların kullanımını





na açılarak, müşteri yararına birçok hizmet sunulmasına imkân veriyor. Bu sayede açık bankacılık ile müşteriye fayda sağlayacak ürünler ve kişiselleştirilmiş müşteri deneyimi sunulması mümkün olacak. Yenilik için daha geniş alan yaratan bu sistemle ürünlerde çeşitlilik fırsatı doğacak.

GÜVENLİĞİ SAĞLAMAK İÇİN YATIRIMLAR SÜRÜYOR

Açık bankacılık konusundaki kaygıların başında güvenlik geliyor. Bu kaygının giderilmesi için önerileriniz nedir? Halen açık bankacılık regülasyonlarının yürürlükte olduğu ülkelerde üçüncü partilerle paylaşılacak veriler için,

güvenli ve bu amaca uygun hazırlanmış ara yüzlerin kullanılması gerekliliği teknik bir standart olarak konulmuş durumda. Bu yüzden açık bankacılık hizmeti için API gibi güvenli olarak nitelendirebileceğimiz arayüzler ön plana çıkıyor.

Elbette bu sürecin düzgün işleyebilmesi için teknik ve hukuki altyapının detaylı bir şekilde kurgulanması ve açık bankacılık hizmetlerinin yetkili otorite tarafından belirtilen standartlara uygun olarak yapılması gerekir. Türkiye’de de konuyla ilgili çeşitli otoriteler mevzuatsal dayanağı oluşturmak için gerekli adımları atmaya başladı. Bu kapsamda paylaşılacak ürün ve hizmetler netleştikçe biz de Yapı Kredi olarak “sandbox” ortamında bulunan API’lerimizi güvenlik altyapısıyla birlikte üçüncü partilere açmaya başlayacağız.

Veri paylaşımı arttıkça verileri korumak için alınan tedbirlerin de paralel olarak artması gerekir. Yapı Kredi olarak tüm koruma katmanlarında gerekli güvenlik önlemlerimizi sürekli artırıyoruz. Süreçlerimizi ve organizasyonumuzu siber güvenliğe uygun olarak düzenliyoruz ve daha da iyileştiriyoruz. Bu önlemler ne kadar üst seviyeye çıkarılsa da siber saldırıların erken tespit edilmesi ve gereken aksiyonların çok hızlı alınması şart. Bunun için 7/24 güvenlik olaylarının takibini ve izlenmesini yapıyor ve bu noktada yatırımlar yapmaya devam ediyoruz.

“İş hacmini büyütüp etkin kaynak yönetimi sağlayacak”

Dünyadaki açık bankacılık uygulamalarının ulaştığı nokta hakkındaki görüşlerinizi ve gelecek öngörülerinizi paylaşabilir misiniz?

Finans sektöründe dijital dönüşüm sürecinin hızlanmasıyla FinTek’lerin kaçınılmaz olarak yükselişe geçtiğini gözlemliyoruz.

Özellikle kendi uzmanlık alanlarında inovatif ve kişiye özel çözümlerle dijital devrime ivme kazandırıyor. Bu yeni alan küresel yatırımcıların da ilgisini çekiyor, FinTek yatırımlarının da hızla arttığını görüyoruz. Ayrıca Amazon, Google, Apple, Alibaba gibi teknoloji devleri de yatırım yaptıkları şirketlerle 4 trilyon doları bulan dijital ödemeler pazarında bankalara rakip olmaya başladı. Büyük ödeme şirketlerinin piyasa değerleri, şimdiden birçok büyük bankayı arka sıralarda bıraktı. Diğer taraftan, 2008 ve 2011 krizlerinden sonra regülatörler de finansal verinin demokratikleşmesi, daha şeffaf ve güvenli finansal piyasalar için, kontrolün müşteriye aktarımı yönünde düzenlemelerle açık bankacılı-

ğın önünü açıyor. Avrupa’da PSD2 bankaların müşteri rızasıyla hesap bilgisi ve ödeme işlemlerini dışarıya açmasını zorunlu hale getiriyor. Tüm bu gelişmeler, bankaların bu yeni döneme uyum sağlamaları açısından Açık bankacılık ekosistemlerine yönelmelerine sebep oluyor. Küresel alanda, API ve açık bankacılık standartlarını ve iş modellerini belirleyen birçok platform ve ekosistem FinTek’lerle bankaları bir araya getiriyor. Bankaların API bankacılığı alanında teknolojik yatırımlarının ve FinTek’lerle işbirliğine ilgisinin son dönemde arttığını izliyoruz.

Size açık bankacılık uygulamaları mevcut finansal kurumlar için ne gibi avantajlar ya da dezavantajlar içeriyor?

Öncelikle FinTek’ler ile müşterilerin ve pazarın paylaşılabilir olması fikri rekabet açısından bir dezavantaj gibi algılanabilir. İş hacmi ve gelir kaybı endişesi yaratması doğaldır. Ancak açık bankacılıkta küresel örneklerle baktığımızda tablo daha farklı ve olumlu sonuçlara işaret ediyor. Her şeyden önce FinTek’lerin inovatif, kişiye özel çözümlerini API’ler üzerinde entegre eden bankalar yüksek müşteri memnuniyeti sağlayacak. Aynı zamanda, açık bankacılık ekosistemleriyle FinTek’lerin, e-ticaret platformlarının müşteri tabanına ulaşabilen bankalar, ödemeler ve kredi alanlarında pazar payı ve gelirlerini artırabilecek. Açık bankacılık ekosisteminde ticaret, sağlık, turizm, eğitim, sigortacılık, yatırım bankacılığı gibi farklı alanlarda FinTek çözümleriyle yeni pazarlara ulaşabilecek. Bankalar sadece



ödemeler alanında değil krediler, risk yönetimi, müşteri deneyimi, güvenlik ve lojistik gibi farklı ihtiyaçları için de inovasyonu dışarı açabilecek. Birçok dijital yenilikçi çözümlü API'lerle kendi temel bankacılık ve kanallarına entegre edebilecekler. Özellikle veri analitiği ve yapay zeka ile gelişmiş FinTek uygulamaları, farklı alanlarda bankalar için çözüm üretiyor. Bu çözümleri kullanarak inovasyonu dışarı açan bankalar daha etkin maliyet yönetimi yapabilecek. Sürecin sonunda kendi kaynaklarıyla daha verimli teknolojik yatırımlara odaklanabilecekler.

DenizBank olarak açık bankacılık kapsamında FinTek'lerle nasıl bir işbirliği zemini oluşturacaksınız?

Aslında bu alanda işbirliğini destekleyen uygulamalarımızla sektörde öncü olduğumuzu söyleyebilirim. Açık bankacılık ve ekosistem stratejimiz gelecek vizyonumuzun en önemli yapıtaşlarından biri. Küresel standartlarda PSD2 uyumlu şeffaf ve güvenilir inter-API açık bankacılık platformumuzla birçok alanda servislerimizi dışarı açtık. Bu ekosistemi iş ortağımız FinTek'lerle işbirliği içinde geliştiriyoruz. Teknoloji, mevzuat ve pazar alanlarında deneyimimizle standartların oluşturulmasında, iş modellerinin geliştirilmesinde FinTek'lere destek sağlamaya hazırız. Bunun yanı sıra FinTek'lerimizi desteklemek üzere "DenizBank Akvaryum" adlı incubation merkezimizi hayat geçiriyoruz. Böylece FinTek'lerle genel müdürlük binamızı paylaşarak, onların inovasyon gücünü de arkamıza alarak müşterilerimize daha iyi çözümler sunmayı hedefliyoruz.

Yeni dönemin tüketicilere ne gibi katkıları olacak?

Açık bankacılık alanında üretilen teknolojilerin ana amacı müşteri memnuniyeti. Dijital teknolojinin kişiye özel, yenilikçi ve pratik çözümlerle hayatımıza gireceği görüşümdedir. Bireyler ve şirketler, mobil cihazlarında, bilgisayarlarında FinTek ve bankaların uygulamalarını kullanarak finansal işlemlerini rahatlıkla yapabilecek. Sistemin sağladığı şeffaf ve güvenli ortamda finansal verinin kontrolü artık tüketiciye geçerek, gündelik hayatta alışveriş, eğitim, spor, seyahat, sağlık, sigortacılık gibi birçok farklı alan açık bankacılık ekosistemleriyle buluşacak. Bu sayede hayatımızı planlamak ve paramızı yönetmek daha kolay olacak. Özellikle şirketler, hızlı ve anında bilgiye ulaşma ve işlem rahatlığı sayesinde daha etkin finansal karar alma süreçleri yönetecek. Açık bankacılığın sağlayacağı inovasyon, iş hacimlerini büyütme ve etkin kaynak yönetimine ortam sağlayacak. Dijital çözümlerin etkin kullanımıyla maliyetlerin düşeceği ve gelirlerin artacağı görüşümdedir.

Banka olarak bu alanda hayata geçirdiğiniz, üzerinde çalıştığınız ve planladığınız projelerden söz eder misiniz?

Belirttiğim gibi DenizBank olarak bu alanda öncü olduğumuzu görüyoruz. Bankacılıkla ilgili tüm alanlarda açık servislerimiz mevcut. Pratikte API servislerimizle FinTek'lere ve müşterilere uzun zamandır açılmış durumdayız. İnovasyona ve FinTek'lere ilham verici bir örnek olarak yeni Mobil Deniz uygulamamızın 800'e



Dilek Duman

DenizBank Bilgi Teknolojileri ve Destek Operasyonları Grubu Genel Müdür Yardımcısı

yakın servisle inter-API açık bankacılık platformu üzerinde geliştirdiğimizi vurgulamak isterim. Şu ana kadar Türkiye'nin öncü e-ticaret sitelerinde dijital ödeme ve kredi kullandırımı entegrasyonlarını tamamladık ve kullanmaya başladık. 24 saat para transferi yapılabilen e-cüzdan uygulamaları aktif olarak API'lerle hizmet veriyor. "Denizden Toprağa", AlgoLab gibi farklı alan-

larda özel çözümlerimiz API servisleri üzerinden dış dünyaya açılıyor. Hesap bilgilerinin paylaşılması ve dijital ödemelerle ilgili servislerimiz birçok

müşterimiz ve FinTek'ler tarafından kullanılıyor. Ayrıca chatbot, push notification çözümlerini aktif olarak kullanıyoruz. Ödemeler, müşteri deneyimi, risk yönetimi, güvenlik ve lojistik gibi alanlarda servislerimizle entegre farklı FinTek çözümlerimiz mevcut. Inter-API açık bankacılık ekosistemi iş ortağı FinTek'lerle de farklı alanlarda çalışmalarımız ve entegrasyonlarımız devam ediyor. Deniz Akvaryum incubation merkezimizle tüm FinTek'lerin yanındayız.

interAPI

“RegTech ve siber güvenlik girişimleri çok daha hızlı büyüyecek”



Prof. Dr. Selim Yazıcı

Fintech İstanbul Kurucu Ortağı

Yasal altyapısı hazırlanan açık bankacılık Türkiye’deki FinTek’lerin gelişimine nasıl bir katkı sunacak?

2019’da Türkiye’de FinTek açısından en önemli gelişmelerden biri “açık bankacılık” konusunda yaşandı. Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de inovasyonu ve rekabet düzeyini artırması beklenen açık bankacılığın asıl faydasını bireyler görecek. Açık bankacılığın özünü oluşturan ve müşterilerin ya da müşteriler adına hareket eden tarafların API, web servis, dosya transfer protokolü gibi yöntemlerle bankanın sunduğu finansal servislere uzaktan erişerek bankacılık işlemlerini gerçekleştirebildikleri veya gerçekleştirilmesi için bankaya talimat verebildikleri elektronik dağıtım kanalı olarak kullanılmasını sağlayan ve bu kapsamda değer yaratmayı planlayan girişimler (örneğin kredi bulabilme) için yeni fırsatlar ortaya çıkacaktır.

Bu süreçte FinTek’lere neler önerirsiniz, kritik gördüğünüz noktalar neler?

Online platformların ortaya çıkmasıyla birlikte müşteriyi tanıyarak, müşterilerin sisteme kolay giriş yapmasına olanak sağlayan “kabul” (onboarding) sürecini regülasyona uygun biçimde güvenli ve hızlı hale getiren girişimler için fırsatlar ortaya çıkıyor. Burada özellikle yapay zeka uygulamalarıyla biyometrik verileri kullanarak kimlik doğrulama ve dijital kimlik yönetimini sağlayan, uyum sürecini kontrol ve takip eden (RegTech); dolandırıcılığı, veri kay-

bını önleyen ve siber güvenlik altyapısını sağlayan girişimler için büyük fırsatlar gündeme gelecektir.

Dünyada halihazırda kullanılan açık bankacılık uygulamaları FinTek’leri nasıl etkiledi, nasıl bir dönüşüm yaşandı?

Günümüzde finansal hizmet sunan birçok şirket ve ülke açık bankacılık konusunda yatırım yapıyor. Birçok ülke regülasyonlarla bu değişime uyum sağlarken, bazıları da herhangi bir zorunluluğu olmamasına rağmen kendi yol haritalarını oluşturuyor. Örneğin, İngiltere’de bankacılık sektöründeki büyümenin teşvik edilmesi ve teknolojik yeniliklerin hızlandırılmasına yönelik kararların alınmasıyla birlikte açık bankacılık uygulamaları hayata geçiriliyor. Bu doğrultuda bireysel tüketici ve KOBİ finansal verilerinin güvenli şekilde bankalar arasında ve üçüncü partilerle paylaşılmasına yönelik yapılar oluşmaya başladı. Bireylerin mali durumlarını iyileştirmeye yönelik uygulamalar ortaya çıkmakla birlikte, krediye erişim ve kredi tavsiyesi gibi alanlarda KOBİ’ler için de fayda sağlanmış oldu. İngiltere ve AB’nin yanı sıra ABD, Kanada, Meksika, Hong Kong, Singapur, Malezya, Hindistan, Çin gibi birçok ülke kendi açık bankacılık inisiyatiflerini geliştirerek çalışmalarına devam ediyor.

Açık bankacılık uygulamasının bankaların, diğer paydaşların ve tüketicilerin hayatında nasıl bir değişim yaratacak?

Bankacılık ve finans sektörünün yanı sıra bu ekosistemde veya ortak bir kesim kümesinde yer alan tüm alanlar birbirlerine daha fazla yakınsamaya başlayacak. Bu yaklaşımların en önemli etkilerini FinTek girişimleri üzerinde görmek mümkün olacak. Finansal kuruluşların API’lerini kullanan FinTek girişimleri, yeni ve yaratıcı iş modelleriyle karşımıza çıkacak ve hem tüketicilerin hem de finansal kuruluşların hayatlarını kolaylaştıracak. Örneğin karşılaştırma hizmetleri, müşteri tanıma ve kabul (KYC), otomatik tasarruf araçları veya kredi skorlama gibi hizmetlerin daha yaygın bir şekilde kullanımıyla karşılaşacağız. API kullanımı, kurumsal anlamda bir dönüşümü beraberinde getirecek. Regülasyonlarla yeni tanımlanan yapılar FinTek girişimleriyle finansal kuruluşlar arasındaki bağı güçlendirerek, bankaların birer platform haline gelmesine ve yeni işbirliği stratejileri geliştirerek kendi ekosistemlerini oluşturmasına yol açacak. Bu da finansal hizmetler sektöründe köklü değişimleri beraberinde getirecek. Müşteriler açısından düşündüğümüzde bu durum, finansal ürün ve hizmetlere daha demokratik erişimi mümkün kılacak; fiyatların şeffaflaşmasını, rekabetin ve kalitenin artmasını sağlayacak. Artan rekabet şartlarıyla müşteriler daha düşük maliyetle, daha hızlı ve daha iyi finansal hizmet alma imkanına kavuşacak. Bankalar, oluşturacakları yeni açık bankacılık stratejisi çerçevesinde FinTek girişimleriyle işbirliğine giderek mevcut müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılayacak farklı hizmet ve ürünler sunma ve mevcut müşteri bağlılığını daha da artırma fırsatına kavuşacak.

“Kapalı devre sistem geride kalacak ”

Etkin bir meslek örgütünün gerek kendi sektörüne gerekse bir parçası olduğu bü-tüne yani finansal sisteme ve ülkesi için taşıdığı öneme, Ödeme ve Elektronik Para Derneği içerisinde bizzat şahit oldum ve deneyimleme şansı buldum ve bununla büyük gurur duyuyorum. Neticede ülke-miz için çok önemli bir kazanım olacağına inandığımız kanun değişikliği ve öncesinde farkındalık yaratılması için ÖDED'in ciddi katkıları olduğu herkes tarafından kabul gö-rüyor, bu da bizi son derece mutlu ediyor. Geline nokta sektörün, ÖDED ile elde ettiği kazanımla bayrağı daha ileriye taşıma zamanı geldi. Ödeme ve Elektro-nik Para Kurumları Birliği, özellikle açık bankacılık uygulamasını belirleyecek ve güncel tutacak mevzuatın hazırlanma-sı aşamasında sektörün etkileşim kanalı olması, sektörün sermayesi olan güvenle etik ilkelerin korunması ve gelişmesi yönünde alacağı rol, kurumsallaşma, yenilikçi iş modellerin gelişmesi ve paza-rın ihtiyaçlarının belirlenmesi alanlarında çok kritik roller üstlenecektir. Üstelik sektörün mevcutta meslek örgütü içerisinde harmoni içinde çalışması tüm bu süreçleri ola-



Burhan Eliaçık

ÖDED (Ödeme ve Elektronik Para Derneği) Başkanı

bildiğince hızlı ve yapıcı bir şekilde ger-çekleştirmesini sağlayacaktır.

Açık bankacılığın getireceği kazanımla-rı anlamak için neden “açık” tanımının getirildiğini anlamaya çalışalım. Finansal sistemin, sadece kendi kanalları üzerin-den, kendi yöntemleriyle yine kendi belirledikleri zamanlarda ve kapsamda hizmet sunulmasından yani “kapalı” sistemden ayrılma hali diye yorumluyorum. Bu da temelde müşteriye ön plana çıkaran ve onun tercihlerini belirleyici kılan “açık” yani kolayca erişilebilir ancak sıkı güven-lik ilkelerini de barındıran bir yapıyı biz-lere kazandırıyor.

Açık bankacılık, yani bankaların belli başlı servislerine API erişimi sunması özellikle sokaktaki vatandaş için de KOBİ'ler için de finansal araçlara erişimin artması ve bunları en düşük maliyetle en verimli şekilde kullanı-

labilmesi anlamına geliyor. Uzun vadede ise erişim kanallarını yaygın kılan kuruluşlardan öte müşteri deneyimini iyi yöne-ten finansal kuruluşları pozitif yönde ayrıştıracaktır. Sektörün uzun zamandır beklediği açık bankacılık içeren kanun değişik-liği, finans sektörü için devrim niteliğinde bir karardır.

“En iyi ürünü en mantıklı fiyatla sunanlar kazanacak”

FinTek'ler, bankacılık sistemine hiç dahil olmamış kitleyi sisteme hızla dahil edebi-lecek güce sahip. Açık bankacılık sistemi-nin müşteri sayısında ciddi bir artışa yol açacağını düşünüyorum. Sisteme dahil edilecek müşterilerin ihtiyacı olan finan-sal ürünlere tek bir kanaldan ulaşabilme-si, mevzuatın izin verdiği çerçevede bu alandaki hizmet çeşitliliğini artıracak. Bu da yeni ürün ve teknolojilerin üretilmesi-ni, geliştirilmesini ve dolayısıyla bilişim ve yazılım sektörünün altın çağını yaşama-sını sağlayacak. Rekabet artık çok daha çetin olacak. Ancak bu da “en iyi ürünün en mantıklı fiyat politikasıyla tüketiciye sunulması” politikasıyla bir engel olma-ktan çıkacak. Burada önemli bir nokta ise kural koyucu kuruluşların belirleyeceği sınırlar olacak. Güç kesinlikle tüketicinin elinde olacak ve en iyi ürüne en az maliyetle ulaşmalarını sağlayacak. Aynı zamanda tüketiciler, talepleri doğrultusunda ihtiyaç duydukları yeni ürünlere rekabetin etkisiyle çok daha hızlı ulaşacak. Güvenlik konusu daha da önemli hale gelecek. Dijitalleşmenin olduğu her alandaki riskler burada da geçerli. Ancak haberleşmeler teleksle yapılırken, telefon kullanı-lmaya başladığında de benzer endişeler dile getirilmişti.



Tarık Tombul

PayTR Genel Müdürü

Aynı şekilde internet yaygın olarak kul-lanılmaya başladığında da bu endişe vardı. Bugün bütün ülkeler askeri, eko-nomik ve sosyal tüm süreçlerini online olarak yürütüyor. Açık bankacılık tara-fındaki risk, ATM'den para çekerken ya da yolda yürürken paranızın çalınmasın-dan çok daha düşük. Bankalar ve ödeme kuruluşları, BDDK ve TCMB'nin belir-lemiş olduğu uluslararası kabul görmüş güvenlik standartları çerçevesinde hiz-met sunuyor. Ayrıca ilgili otoriteler ve otoritenin yetki verdiği bağımsız denetim kuruluşları tarafından periyodik olarak denetleniyor. Tüm bunlar göz önünde bulundurulduğunda buradaki risk sevi-yesinin düşük olduğunu düşünüyorum.

PayTR olarak açık bankacılığın getireceği yenilikler konusunda önemli çalışmalar yürütüyoruz. Hazırlık aşamasında olduğumuz birçok proje var. Bir yandan yurtdışındaki örnekleri incelerken diğer taraftan da re-gülasyon tarafındaki gelişmeleri takip ediyoruz. 6493 sayılı kanunda yer alan “konsolide edilmiş bilgilerin çevrimiçi platformlarda sunulması”, “ödeme emri baş-latma” gibi maddeler doğrultusunda neler yapabilece-ğimizi araştırıyoruz.



“Dijital içerik aboneliği için yeni bir çözüm üzerinde çalışıyoruz”

Açık bankacılık sistemiyle üçüncü parti kurumlar, finans uygulamaları ve hizmetleri oluşturabilmelerini sağlayan uygulama geliştirme arayüzlerini (API) kullanabilirken, hesap sahipleri de açık verilerden özel verilere daha fazla finansal şeffaflık seçeneğine sahip olabiliyor. Lisanslı ve regülasyona tabi firmalar olarak bankacılık altyapısındaki bilgi ve teknolojileri kullanıp ürün portföyümüzü geliştirebiliyoruz. Müşteriye çok daha “bütünsel” bir hizmet sunabiliyoruz. Örneğin, Payguru’nun nakit ödeme ve banka transferi hizmetini alan üye işyerleri, Türkiye’deki 9 banka üzerinden ödeme kabul edebiliyor. Bunun için her bir bankayla hesap açması ve entegrasyon yapmasına gerek yok. Açık bankacılık API’leri kullanmasak bu hizmeti geliştirip üye işyerlerine sunamayız. Yine sektörde başka firmaların sunmuş olduğu 7/24 havale ve EFT hizmeti, benzer API’ler üzerinden çalışıyor. Bunlar açık bankacılığın bizim gibi firmalara getirmiş olduğu ürün ve hizmet geliştirme yetenekleri.

Açık bankacılık sisteminin işini ciddi yapan FinTek’ler için bir dezavantaj getireceğini düşünmüyoruz. Ancak elbette



Işık Uman

Payguru Yönetim Kurulu Başkanı

bankaların gelişmiş altyapıları bazı hizmetleri kendilerinin direkt olarak müşteriye vermesine neden olabilir. Ancak bu noktada biz ciddi bir risk görmüyoruz. Bizim gibi firmalar temelde Türkiye’de bankacılık hizmeti almayan ve finansal sisteme entegre olmayan kullanıcıları sisteme çekmek için ürün ve hizmet geliştirmeye odaklı ve bir süre daha böyle devam edecek.

Payguru olarak Nisan 2017’den bu yana mobil ödeme hizmetlerimize ek olarak ATM’ler aracılığıyla nakit ödeme ve banka transferi hizmeti veriyoruz. Gerçek kişilerin kuruluşlara veya kuruluşların kuruluşlara gerçekleştirdiği ödemeler için bir ödeme çözüm servisi olarak düşünebiliriz. Ek olarak Kasım 2019’da çıkarılan ve 6493 sayılı kanunda değişiklik yapan ka-

nunda tanımlanan “banka hesapları kullanılarak ödeme başlatma ve ödeme alma” hizmetini de devreye almak istiyoruz. Son kullanıcıların abonelik gerektiren dijital hizmetler için banka hesaplarını da tıpkı kredi kartı gibi kullanabilecekleri bir ödeme çözümü üzerinde de çalışıyoruz. Söz konusu ürünümüzü hayata geçirmek için bankaların bize vereceği API’leri bekliyoruz.

“Veri müşteriye aittir ve istediği şekilde yönetebilir”

Açık bankacılık, şu sıralar üzerinde en çok çalışılan ve en çok yatırım yapılan alanların başında geliyor. Bunun başlıca sebebi ise finansal argümanların çeşitlenmesinin durdurulamaz yükselişi. İşte açık bankacılık tam da bu talebe yanıt veriyor. Birçok ülkede hukuksal zeminlerinin hazırlanması da bunun bir işareti.

Açık bankacılık, “veri müşteriye aittir ve müşteri kendisine ait bu veriyi istediği gibi yönetebilir” ilkesinden yola çıkıyor. Dolayısıyla müşteriye sunulan finansal ürün ve hizmet çeşitliliği artacak, daha fazla uygulama daha düşük maliyetlerle sunulacak. Kısacası yeni nesil hesap hareketleri konsolidasyonu, yeni nesil para transferi yöntemleri, kredi skorlama ve kredi tahsisi, mevduat yönetimi gibi süreçler artık FinTek şirketleri tarafından geliştirilen uygulamalar üzerinden müşteriye sunulabilecek.

BulutTahsilat olarak açık bankacılık çözümümüzle 2019 yılında PSM AWARDS’ta ödül kazandık. 2009 yılında Avrupa Birliği ülkelerinde ortaya çıkan Ödeme Hiz-



Çağdaş Emre

BulutTahsilat Ar-Ge ve İş Geliştirme Müdürü

metleri Direktifi (PSD) BulutTahsilat’ın temelini oluşturdu. FinTek’ler, PSD2 doğrultusunda farklı kategorilerde hizmet verebiliyor. BulutTahsilat olarak bu kategorilerin en önemlisi olan “hesap hareketleri servis sağlayıcısı” (AISP) alanında faaliyet gösteriyoruz. Tüm bankaların hesap hareketlerini tek ekranda gösteriyor, muhasebe ve ERP sistemlerine otomatik olarak işlenmesini sağlıyoruz. Ödemenin hangi cariden geldiğini otomatik olarak tespit edip eşleştiriyor ve sonrasında yapılacak işlemi insan kontrolüne gerek kalmadan yapıyoruz. Özetle banka hesaplarınıza gelen ve giden ödemelerin otomatik işlenmesi sağlanıyor. Çözümümüz orta ve büyük segmentteki pek çok işletme tarafından tercih ediliyor. Banka hareket sayısı az

olmasına karşın sağlamış olduğumuz ERP otomasyonunu kullanmak amacıyla ürünümüzü tercih eden müşterilerimiz de mevcut. Şirketlerde özellikle finans ve muhasebe departmanlarının tercih edilen iş ortağıyız.

“Bankacılık sistemindeki ürün ve hizmetler demokratikleşecek”

Birçok kazanımı beraberinde getiren açık bankacılık sistemi, sektör açısından veri bazlı demokratikleşme anlamını taşıyor. İlerleyen zamanlarda bankacılık ürün ve hizmetlerinin daha da demokratikleşmesi ve çeşitlenmesine yol açacağı düşünüyor. Demokratikleşmeyle bankacılık dışında kalan kitlenin sisteme kazandırılarak hem finansal ihtiyaçları karşılanacak hem de daha efektif vergilendirme ve enflasyon takibi yapılabilecek. Bu hizmetlerin çeşitlenmesi ise mevcut bankacılık hizmetlerinin diğer ticari ve sosyal hizmetlerle birlikte sunulmasıyla müşterinin daha önce çözilemeyen problemlerine yeni inovatif çözümler bulunabilmesinin önünü açacak. Müşteri ve değer odaklı stratejiler paralelinde yeni açık veri politikaları gelişecek ve pazarda yoğun bir rekabet oluşacak. Bu doğrultuda finansal kurumların FinTek'lerle kuracakları işbirliklerinin, “yıkıcı-yenilikçi” iş modelleri ve hızlı çözümler geliştireceğini öngörüyoruz.

Ek olarak e-para ve ödeme sistemleri lisansı olmadığı halde lisanslı kurumlarla oldukları stratejik ortaklıklarla müşterilerinin finansal ihtiyaçları paralelinde çözüm önerileri sunabilen şirketler ortaya çıkacak. “TekFin” olarak adlandırığımız bu şirketler giderek yaygınlaşacak. Teknoloji firmalarının birçok kanaldan dokunabildiği geniş müşteri ağıyla ve sahip oldukları güçlü nakit akışı, bu dönüşümü destekleyecek en önemli faktörlerden olacak. Açık bankacılık sistemiyle beraber TekFin'lerin bu tarz yatırımları, söz konusu kurumların finansal işlem yetkinliklerini geliştirme konusunda büyük rol oynuyor ve son kullanıcıya daha bütüncül bir deneyim sunmak için iyi bir fırsat olarak ele alınıyor.

Son kullanıcı, açık bankacılıkla artan rekabet şartları sayesinde daha düşük maliyetle, daha hızlı ve daha iyi finansal hizmet alma imkanına kavuşacak. Açık bankacılık sisteminin erişilebilir hale getirdiği bilgi ve aksiyonlarla bankalar, finansal kurumlar, FinTek'ler, TekFinler arasında rekabet artışı görülecek. Bu rekabet artışının inovatif ürünlerin ana kaynağı olmasıyla son kullanıcı daha operasyonel olarak kendisi adına daha efektif ve daha hızlı hizmetlere, ihtiyaçlarına daha uygun fiyatlamalarla sahip olabilecek. Bu noktada, Türkiye'nin ilk ve tek FinTek servis platform sağlayıcı (FaaS) şirketi olarak hedefimiz, finansal teknoloji servislerinde kurumların hem lokal hem bölgesel olarak stratejik çözüm ortağı olmak. Kurumlara FaaS altyapımızı sunarken aynı zamanda son kullanıcıya ulaşacak finansal bilgi veya aksiyon kurgularındaki yüksek deneyimimizle teknik ve operasyonel alanda danışmanlık da sağlıyoruz. Başladığımız her projeyi hızlı entegrasyon (plug & play), akıcı (seamless) işlemler ve en güncel teknolojiyle oluşturduğumuz güçlü temelimize yönetiyoruz. Yurtiçi para transferi tarafında geliştirdiğimiz inovatif



Burak Elgin

**Birleşik Ödeme
Kurumsal Satış ve
Pazarlama Genel
Müdür Yardımcısı**

ürünümüz Nöbetçi Transfer ile kullanıcıların EFT saatleri dışında hafta sonu ve tatil günleri dahilinde 7/24 para transferi yapabilmesini sağlıyoruz. Kurumların nakit akışlarını daha sistemsel yönetebilmesi için sunduğumuz franchise-bayi çözümleri kapsamındaki ön ödemeli kart (Visa veya Mastercard; fiziksel veya dijital) çözümlerimiz ve bu kartlara eklediğimiz geniş indirim ağını kapsayan sadakat programlarımızla Türkiye'nin önde gelen markalarının nakit akışı ve bayi ağı yönetiminde bölgesel olarak çözüm ortağıyız. Online tahsilat altyapımızla pazaryerlerine, e-ticaret sitelerine ve sosyal medya uygulamalarına, bankalarla anlaşmalı olarak sağladığımız sanal POS ve sanal POS üzerinden kartlı ödemelerin gerçekleştirilmesi için ödeme geçidi (payment gateway) yazılım çözümü sağlıyoruz. Fir-

malarının ERP sistemine entegre edilebilen bu tarz API çözümlerimizle stok, nakit akışı, satın almalar, faturalar sistemsel bir şekilde işlenebiliyor.

Kurumlar için finansal teknolojik dönüşümün tamamlayıcı ve kaçınılmaz olduğu bu yeni dünyada, kurumların TekFin'lere dönüşmesinde Birleşik Ödeme'nin “Fintech-as-Service” API'leriyle altyapı sağlamaya, bu alanda inovatif ve terzi işi çözümler sunmaya devam edeceğiz.

// BİRLEŞİK ÖDEME

akıllı ödeme teknolojileri



“Bankacılık gereklidir, bankalar değil!”

Microsoft'un kurucusu Bill Gates, 1994 yılında şöyle demişti: “Bankacılık gereklidir, bankalar değil!” Türkiye'deki ilk mobil bankacılık uygulamasını 2007 yılında İş Bankası hayata geçirmişti. Tabii bu uygulamanın içselleştirilmesi zaman aldı. “İnsan bankacılık işlemleri veya para transferleri için cep telefonuna güvenir mi?” Bu en temel itirazdı. Günümüzde artık cep telefonundan 5 saniyede EFT yapabilir hale geldik. Dolayısıyla teknoloji yine kazandı. Şube dışı bu kanallara o zamanlar ADK (alternatif dağıtım kanalları) deniyordu. Günümüzde şubeler mi yoksa teknoloji mi alternatif kanal acaba? Cevabı size bırakıyorum.

Mart 2020'de bütün dünyada hep beraber yaşadığımız koronavirüs izolasyonunda da gördük ki daha önce yıllarca süren gelişimler 2-3 aya sığabiliyor. Zaten tarihte olağanüstü durumlar hep yanında olağanüstü gelişmeleri, ilerlemeleri getirmiştir. Son salgınla beraber hepimizin anladığı üzere, internet ve mobil bankacılığın ötesinde yeni kanallar veya hizmetlerle müşteri ihtiyaçlarının karşılanması zamanı geldi. Artık müşteriler birden fazla finansal kurumdaki verilerini tek bir ekrandan izlemek ve işlem yapmak istiyor. Bu da verinin kontrolünün tamamen veri sahibinin tasarrufunda



Bakay Korkmaz

**Finansal hizmetler
ve FinTek danışmanı**

olması anlamına geliyor.

Açık bankacılıkla müşteriler daha düşük maliyetle daha iyi hizmet alırken, bankalar da FinTek'lerle işbirliği yaparak yeni ürün ve hizmetler geliştirebilecek. FinTek'ler de banka işbirlikleri sayesinde hem daha yüksek kaynaklara erişim sağlarken hem de hızlı bir şekilde müşteri sayılarını artırabilecek.

Türkiye'de halihazırda bazı finans kuruluşlarının API'lerini deneme amaçlı tek tarafı olarak açtığını veya API portalleri kurduğunu gözlemliyoruz. Açık bankacılıkla beraber “rekaber” olmak yani rekabetle beraber aynı anda işbirliği yapabilmek en önemli meziyet haline geliyor. Bankalar ile FinTek hizmet sağlayıcıları aynı müşteri verisini işleyerek beraber ça-

laşacak. Bu da yeni ve farklı ürünleri ortaya çıkaracak.

Açık bankacılık, birçok avantajının yanında rekabet ve yeniliği teşvik ederek bankacılığın doğasını da değiştirecek. 2008 küresel ekonomik kriziyle başlayan dev bankaların sorgulanması ve küçülmesi artık açık bankacılıkla final noktasına ulaşacaktır. İlerleyen zamanlarda belki de büyük bankaların ufak uzmanlaşmış parçalara ayrılmasına şahit olacağız. Bu uzman parçalar diğer FinTek'lerle rekaber olacak ve günün sonunda kazanan ise müşteri olacak.

“Y ve Z kuşağına daha kolay erişim mümkün hale gelecek”

Son kullanıcı, basit ve kolay uygulamalarla ihtiyaçlarını rahatça karşılayabildiği farklı deneyimleri tercih ediyor. Bu doğrultuda hızla tetiklenen yenilikçi teknolojiler, finansal hizmetlerin merkezine oturdu. Açık bankacılığı finansal hizmetlerin dijital dönüşümü şeklinde tanımlamak hiç de abartılı olmaz.

Sağlanacak faydayı inovatif uygulamaların gelişmesinin önünün açılması, ödeme hizmetlerinde çeşitliliğin artırılması, rekabetin güçlendirilmesi ve tüketicinin korunması olarak kısaca özetleyebiliriz.

Dünyadaki açık bankacılığın benimsenmesine baktığımızda başlangıçta bankaların isteksiz olduğunu, direktifle birlikte fırsatlara odaklandıklarını, FinTek'lerle işbirliklerini artırarak müşterilerine değer katan yeni ürünler sunduklarını ve bunu bir dönüşüm fırsatı olarak değerlendirdikleri görüyoruz. Bankalar için öngörülen fırsatları şöyle sıralayabiliriz:

- FinTek'lerle yapacakları işbirlikleri sayesinde müşteri beklentilerine cevap verecek kişiselleştirilmiş yeni dijital ürünleri mevcut ürün yelpazelerine daha kolay ve hızlı ek-



Nesrin İlker Peker

**Bankacılık ve ödeme
sistemleri danışmanı**

leyebilecek, böylece hem mevcut müşteri sadakatini artırıp hem de yeni müşteriler kazanabilecekler.

- Banka dışı kitleler FinTek'ler aracılığıyla sistem içine daha kolay çekilebilecek, sunulacak yenilikçi uygulamalar sayesinde Y ve Z kuşaklarına daha hızlı ulaşma imkanı oluşacak.

- Bankalar ve FinTek'lerin rekabetliği sayesinde tüketiciye fark yaratan ürünler deneyimletilerek satış gelirlerinde artış ve müşterilerinin diğer bankalardaki verilerine ulaşarak daha detaylı analizler yapma imkanına sahip olunacak.

FinTek'ler açısından baktığımızda ise açık bankacılıkla birlikte sektördeki hizmet alanlarının genişleyeceği aşikar. “Hesap bilgilerinin sorgulanması ve ödeme emri

işlemleri”, içinde birçok yeni uygulamanın geliştirilmesine zemin hazırlıyor. Müşterinin onayıyla tüm bankalardaki hesap bilgilerine ulaşabilir, detaylı analizler yaparak kâr sağlayıcı çözümler üretebilirler. Özellikle kişiselleştirilmiş uygulamaların hazırlanması, kolay entegre edilebilen çözümlerin geliştirilmesiyle ciddi fırsatlar gündeme gelecek-

tır. İnovatif uygulamalarla hem müşteri memnuniyetini sağlayabilir hem de dijital kanallarda bankalara rekabetçi ve farklılaştırılmış ürün yelpazesi sunabilirler.

Tüketicilerse katma değeri yüksek uygulamaların kullanıcı haline geliyor. Konsolide hesap bilgisine ulaşılmasıyla birden fazla bankada hesabı olanların hayatı kolaylaşıyor. Tek uygulama üzerinden tüm hesaplar kontrol edilebili-

yor, yönetilebiliyor, bu da zamandan tasarruf sağlıyor. Kişiselleştirilmiş ödeme talimatları verilebiliyor, en uygun hesaptan ödeme yapılması sağlanarak gereksiz ek maliyetlere katlanılmıyor, yüksek getiri elde edilebiliyor. Anlık ödeme gerektiren e-ticaret veya m-ticaret işlemlerinde, hesap bilgisi kontrolleriyle ödeme işlemlerinin doğru hesap, doğru kartla yapılması sağlanıyor.



“KVKK kapsamında ikinci düzenlemelerin yapılması gerekiyor”

PSD2 sonrası bankaların yeni müşteriler çekmek ve rekabet avantajı elde etmek için açık bankacılığın stratejik önemini farkına varmasıyla bu modelin çeşitli şekilleri bir anda dünyanın dört bir yanında görülmeye başladı. Her ülke kendine has özellikler içeren, bazı durumlarda finansal hizmetlerin ötesinde sektörler arası yaklaşımlar geliştiren açık bankacılık yaklaşımları benimsiyor.

Ülkemizdeki düzenlemede ise açık bankacılık terimine açıkça yer verilmiyor. Ancak bu modelle sunulan iki hizmet türü olan “ödeme emri başlatma” ve “ödeme hesabına ilişkin konsolide edilmiş bilgilerin çevrimiçi platformlarda sunulması”na, PSD’deki düzenlemelere benzer şekilde yer verildiğini görüyoruz. Böylece ödeme hizmeti niteliğindeki bu hizmetleri sunacak kuruluşun da kanun kapsamında ödeme hizmeti kuruluşu olması gerektiği açıkça ortaya konmuş oldu.

15 Mart 2020 tarihinde Resmi Gazete’de yayınlanan ve 1 Temmuz 2020’de yürürlüğe girecek olan “Bankaların Bilgi Sistemleri ve Elektronik Bankacılık Hizmetleri Hakkında Yönetmelik”te (e-bankacılık yönetmeliği) de açık bankacılık servisleri (ABS) tanımına yer veriliyor. E-bankacılık yönetmeliğinde elektronik bankacılık hizmetlerinden sayılan ABS, “müşterilerin ya da müşteriler adına hareket eden tarafların API, web servis, dosya transfer protokolü gibi yöntemlerle bankanın sunduğu finansal servislere uzaktan erişerek bankacılık işlemlerini gerçekleştirebildikleri veya



Av. Çiğdem Ayözger Öngün

SRP Legal Kurucu Ortağı

gerçekleştirilmesi için bankaya talimat verebildikleri elektronik dağıtım kanalı” olarak tanımlanıyor.

Düzenlemenin hayata geçmesinin Türk bankacılık sisteminde devrim niteliğinde olacağını söyleyebiliriz. E-bankacılık yönetmeliğinde ABS’nin usul ve esaslarına yer verilmemesine rağmen kimlik doğrulama ve işlem güvenliği buna göre düzenleniyor. ABS aracılığıyla sunulabilecek hizmetler ve bu hizmetlere ilişkin usul ve esasları belirlemeye BDDK yetkili. Yakın dönemde kuruldan yeni kararlar beklemeliyiz dersek yanlış olmaz.

Açık bankacılık, aslında finansal hizmetlerin tamamında ve kritik olarak diğer sektörlerde de çok daha zengin hizmet ve ürün yelpazesinin temelini oluşturacak

yeni bir veri paylaşım altyapısı oluşturmayı vaat ediyor. Dolayısıyla özellikle ve öncelikle veri paylaşımı ve taşınabilirliği konularına ilişkin düzenlemelerin Genel Veri Koruma Tüzüğü (GDPR) paralelinde Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) kapsamına alınmasını tavsiye ediyoruz. Akabinde ABS özelinde BDDK ve Merkez Bankası tarafından, Kişisel Verilerin Korunması Kurumu’nun görüşünü alarak ikincil düzenlemelerin hazırlanması gerektiğini düşünüyoruz. Bu düzenlemeler de muhakkak ABS müşterilerine hangi verileri paylaştıkları konusunda gerçek bir kontrol sağlayacak, veri ihlali ve sahtekârlığı önleyecek ve tarafların sorumluluklarını açık bir şekilde ortaya koyacak nitelikte ve kapsamda olmalıdır. ☹

Verisoft'tan küçük esnafa temassız ödeme çözümü



Onur Alver

Bluetooth üzerinden Android veya iOS akıllı telefon ve tabletlerle eşleştirilebilen mPOS cihazları, herkese temassız kartlarla tahsilat imkanı sunuyor. Verisoft CEO'su Onur Alver, "Yurtdışı pazarlarda edindiğimiz tecrübeyle harmanlayarak sunduğumuz uygun maliyetli ve kullanışlı mPOS çözümlerimizle esnafımızın bozuk ve kağıt para kullanımını ciddi oranda azaltmanın mümkün olduğunu düşünüyoruz" diyor...

Covid-19 salgını birçok sektörü ve iş yapış biçimlerini de ciddi şekilde değiştiriyor. Verisoft CEO'su Onur Alver, bu "yeni normal" çerçevesinde tüm dünyada nakitsiz topluma geçiş için hızlandırılmış bir prova süreci yaşandığını düşünüyor. "Alınan önlemler kapsamında herkes nakit parayla teması azaltan temassız ödemelerin önemini keşfetti" diyen Alver, bu alışkanlığın yayılması için yapılması gerekenleri şöyle ifade ediyor:

"Bu süreçte hızla, halihazırda yaygın şekilde nakit kullanmakta olan taksici, pazarcı, simitçi, elektrikçi, tesisatçı, berber, kuaför gibi kendi işini yapan küçük esnafımıza temassız ödeme çözümlerini kolay ve uygun fiyatlı şekilde sunmak gerekiyor. Bu çözümlerden belki de en uygunu, ödeme sistemlerinin hızla geliştiği birçok pazarda yaygın olarak kullanılmaya başlanan mPOS'un Türkiye'de de kullanılmasını sağlamak olacaktır. mPOS, kolay kullanılabilen, düşük maliyetli, gerekli tüm güvenlik sertifikalarına sahip ve minik boyutlu bir POS cihazı. Bildiğimiz POS cihazlarından farkı ise bluetooth üzerinden Android veya iOS akıllı telefon ve tabletlerle eşleştirilebilmesi. Telefonlarda çalışmak üzere geliştirilen kullanıcı dostu uygulamalar sayesinde genç-yaşlı, tecrübeli-tecrübesiz tüm esnafımız kolaylıkla telefonu aracılığıyla tahsilat yapabilir hale gelecek."

Doğu Avrupa pazarında başarısı kanıtlandı

Aslında Verisoft'un mPOS konusundaki çalışmaları yeni değil. Ancak Ekim 2013 itibarıyla başlatılan yazarkasa POS kullanma zorunluluğu nedeniyle mPOS uygulamaları kullanım alanı bulamamıştı. Bu yüzden de şirket, bu alandaki tecrübesini yurtdışı müşterilerine yönlendirmişti. Onur Alver, "mPOS çözümlerimiz Doğu Avrupa pazarında beklentimizin çok üzerinde bir başarı elde etti. Bu çözümleri ülkemizde de uygulamaya hazırız. Bu süreçte ciddi bir tecrübe ve çok olgunlaşmış bir yazılım kütüphanesine sahip olduk. Tecrübelerimiz bize mPOS pazarının aslında tahmin edilenden çok daha büyük olduğunu gösteriyor. Özellikle temassız ödemelerle başlayan ülkelerde kullanıcı dostu arayüzlerle diğer sektörlerden de talepler geldiğini gördük" diyor.

Onur Alver'e göre, Doğu Avrupa ülkelerinde klasik yazarkasaların Android ve Apple tabletler üzerinde çalışan bulut satış uygulamalarına dönüşümünün, mPOS'un küçük esnaf tarafından kabul edilmesini hızlandıran önemli unsur oldu. Bunun sebebi de Türkiye'dekine benzer maliye ile online bağlantılı yazarkasa kullanımının zorunlu hale gelmesiydi. Ancak Türkiye'dekinden farklı olarak bunun için özel bir donanım koşulu aranmıyordu. Çünkü herhangi bir Windows PC, Mac, Android veya iOS tablet veya akıllı telefonla; bulut üzerinden çalışan bir satış ve e-fatura uygulamasıyla aynı amaca çok daha esnek ve ekonomik yoldan ulaşmak mümkün. Bu zincirin tek eksiği ise PCI ve EMV onaylı bir kartlı ödeme uygulamasıydı. İşte o eksik de mPOS ile tamamlandı.

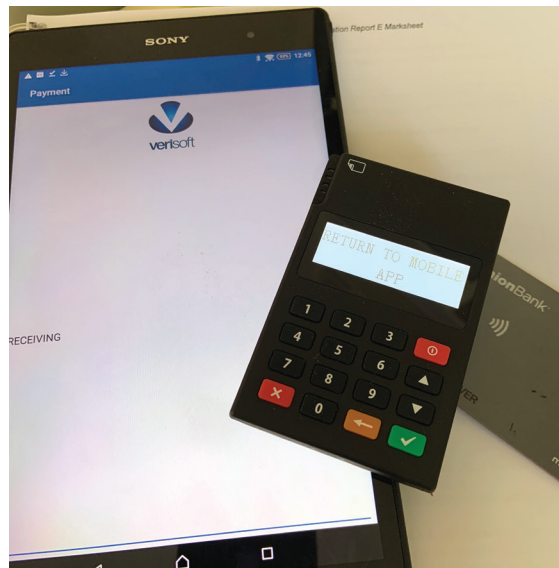
Bozuk ve kağıt para kullanımı azalacak

Verisoft, DSPREAD QPOS markalı mPOS cihazıyla entegre çalışan Android ve iOS mobil uygulamalar geliştirerek, halen talebin yoğun olduğu Doğu Avrupa pazarlarına yönelik çözümler sunuyor. Alver, Türkiye'de de KOBİ



ölçeğindeki esnafın pek çoğunda zaten bulunan Android veya Apple telefonlara yüklenecek sektöre özel uygulamalar ile banka uygulamalarının, temassız/temassız kart kabul edilmesini mümkün kılacağını belirtiyor.

Onur Alver, "Yıllara dayanan yurtdışı pazarlardaki tecrübemizle harmanlayarak sunduğumuz uygun maliyetli ve kullanışlı mPOS sayesinde esnafımızın bozuk ve kağıt para kullanımını tamamen kaldırmamasak da ciddi oranda azaltmamızın mümkün olduğunu düşünüyoruz" diyor. ☺



“Yeni normal” ve blokzinciri



Dr. Soner Canko
Blockchain Türkiye

Dünya tarihinde daha önce de örneklerine rastladığımız, ancak özgün özellikleri nedeniyle benzersiz diye nitelendirilebilecek bir salgın dönemi içindeyiz. Bu dönem sonrasında ne kadar çok şeyin değişeceğini öngörmeye vakit bulamadan, kendiliğinden ve hızla başlayan bu büyük değişimin gücünü ve kaçınılmaz olduğunu yaşamaya başladık. Peki blokzinciri bu süreçte nasıl bir rol oynayabilir?

2012 yılından bu yana blokzincirini yakından takip ediyor ve 2016'dan itibaren çeşitli uygulamalarla bu teknolojiyi daha yakından tanımak için çaba harcıyoruz. “Blockchain 101”, “Sorumlarla Blockchain”, “5 Soruda Blockchain” gibi kitaplar, kavram kanıtama çalışmalarımıza ait çeşitli rapor yayınlarımızla bu tecrübeyi çevremiz ve ilgi duyan herkesle paylaşmak için gayret sarf ediyoruz. Kazandığı-

mız en önemli deneyim bu teknolojinin mevcut iş modellerimizi mutlaka etkileyeceği yönünde.

Bir güven protokolü olarak tanımladığımız blokzincirinin salgın sonrası dönemde bu dönüştürücü gücünü bizlere daha fazla göstereceğini düşünüyorum. Gerek küresel gerekse yerel bireysel, ticari ve kamu ilişkilerinde güven, insanlık tarihinde hiç olmadığı kadar daha önemli bir hale geldi.



Küresel güven çözümlerine ihtiyaç var

Geleneksel güven mekanizmalarımızın olağanüstü durumlarda ancak tecrit ve zorlayıcı önlemlerle varlığını sürdürebilmesi mümkün. Ancak bu durumun sürdürülebilir medeniyet yapısına ve toplumsal süreçlere zarar verdiği de çok açık. Her ne kadar insanlar geçici bir dönem için fedakarlık yapsa da içinde bulunduğumuz dönemin uzaması beraberinde güven kaynaklı çok fazla soruna yol açabilir. Yaşanılan zorluklar hem küresel hem de yerel olarak, en ufak bireyden en büyük ticari ve devlet yapısına kadar, ekonomilerde olumsuz dalgalarını da tetikliyor. Dünya ekonomisinin içine girdiği bu zorluktan çıkması tutucu bir stratejiyle ülkelerin kendi sınırları içine kapanmasıyla kesinlikle mümkün değil. Küresel bir dizi güven çözümüne ihtiyacımız var ama bu durum yeterince anlaşılmiş gibi durmuyor.

Tedarik zincirleri düşündüğümüzden daha zayıf

İçinde bulunduğumuz salgın sürecinde tedarik zincirlerinin düşündüğümüzden daha zayıf olduğunu da gördük. Hammaddeler ve yarı-mamul tedarikindeki aksamalar üretim bantlarına da yansıdı. Pek çok temel üründe sorun yaşanmaması sevindirici ama küresel ihracat ve ithalatın bileşenleri pek çok üretim sürecini derinden etkiledi. Bunların neler olduğunu ilerleyen dönemlerde daha fazla göreceğiz.

Ticari süreçlerde yaşanan aksamalar beraberinde işsizlik problemini de getiriyor. Her ne kadar pek çok ülke bu süreçte vatandaşlarına destek olmak için çeşitli ekonomik paketler açıklasa da ihtiyaç duyulan optimal kaynak dağılımı sorunları sebebiyle mevcut ekonomi modelleri yetersiz kalıyor.

Merkez bankası dijital para birimleri yükselişe geçecek

Finansal problemler ve güvenle alakalı zorluklar blokzinciri teknolojilerini daha önemli hale getirecek. Nakitsiz ekonomiye geçişin bir mecburiyet değil hedef olmasını arzu ederdik ama şu anda bu süreci daha iyi yönetmek için yenilikçi araçlara ihtiyaç duyuyoruz. Merkez bankası dijital

para birimlerinin (CBDC) yükselişe geçtiğini göreceğiz ve bu sürecin temel bileşenlerinden birinin kriptolojiyle birlikte blokzinciri olması kaçınılmaz.

Benzer şekilde finansal kuruluşların müşterilerin kimliklerini uzaktan yani dijital olarak doğrulama ihtiyacının arttığını ve dijital kimlik projelerinin hayatımıza girmeye başladığını, bu projelerde de blokzinciri altyapılarının kullanılacağını göreceğiz.

Bu süreçten daha güçlü çıkacağız

Hayatım boyunca bardağın hep dolu tarafına bakmaya ve boş kalan kısmını nasıl doldurabileceğimize odaklanmaya çalıştım. Tüm olumsuz gelişmelerin aksine dünyanın bu süreçten daha güçlü çıkacağına inanıyorum. Bunu nasıl yapacağımız önemli bir soru ama dijital çözümleri kolayca kullanmak kadar, yenilikçi fikirlerin filizlenmesi için de yeterli kaynaklara sahibiz. Blokzinciri bu süreçte önemli bir rol oynayacak, odaklanmamız gereken nokta ise bu süreçte bizlerin rolü ne olacak?

Öğrenmeye ara vermeyeceğiz, bilgilerimizi paylaşmaya devam edeceğiz, ilham almaya ve aktarmaya çalışacağız. Zira her karanlık gecede bile güneşin doğuşu er ya da geç mutlaka gerçekleşecek. ☹



“Yeni gelişmelere kolay adapte olanlar rekabette öne geçecek”



Demet Kaya
Argela İnsan Kaynakları Direktörü

Ödeme sistemleri ve teknoloji sektörüne kadın ilgisini artırmak, kadın çalışanları kariyer yolunda desteklemek üzere başlattığımız “Zirve Yolunda” söyleşi dizimizde 2 yılı geride bırakıyoruz. Kadın liderlerin görünürlüğünü artırmanın gerek sektör özelinde gerekse genel anlamda önemli olduğunu düşünüyoruz.

Sohbetimize geçmeden önce, daha önceki söyleşilerimizde öne çıkan birkaç çarpıcı noktayı sizlerle paylaşmak istiyorum... Görüşüğümüz liderlerin hemen hepsi bulunduğu ortamdan memnun ve gönül rahatlığıyla kadınları bu sektörlerde çalışmaya davet ediyorlar. İş ve özel hayat dengesinin olmaması, kariyer yolundaki engeller, terfi fırsatlarının azlığı, ücret eşitsizliği, yan hakların yetersizliği ve erkek egemen yapı, diğer sektörlerde olduğu gibi ödeme sistemleri ve teknolojide de öne çıkan olumsuzluklar.

Bakalım, bu ayki konuğumuz Argela İnsan Kaynakları Direktörü Demet Kaya bu konularda ne düşünüyor?



Zirve
Sohbetleri

Tülin Çakmak

tulin.cakmak@gundemmedyagrubu.com



Önce kısaca sizi tanıyabilir miyiz? Kariyeriniz nasıl başladı?

İTÜ Elektrik-Elektronik Mühendisliği bölümünden mezun oldum. MBA eğitimimin ardından CTI Co-Active koçluk sertifikasına da sahip oldum. İş hayatına Nortel Networks/Netaş'ta başladım. 2003 yılında, bir startup girişimi olan Argela'nın kurucu takımında yer aldım. 2004 yılında İnsan Kaynakları departmanının kurulmasına öncülük ettim, Argela 2007 yılında Türk Telekom Grubu'na katıldıktan sonra da İnsan Kaynakları Direktörü olarak görevime devam ediyorum.

Argela neler yapıyor, şirketin faaliyet alanlarını sizden öğrenebilir miyiz?

Argela, 5G Teknolojileri ve gelecek nesil telekomünikasyon teknolojileri konusunda Ar-Ge yapan, fikri mülkiyet üreten, iletişim teknolojilerine yön veren lider yazılım firmalarından biri. Akademisyen ve araştırmacı çalışan kadrosuyla dinamik, çevik, inovasyona değer veren bir şirket. Üniversite-kamu-endüstri işbirliğine büyük önem veriyoruz. İstanbul, Ankara, İzmir ve ABD Silikon Vadisi'ndeki ofislerimiz yüksek teknoloji üretmek için çalışıyor. 5G vizyonumuz ve bu çerçevedeki milli ve yerli ürünlerimizle, ulusal ve uluslararası telekomünikasyon sektörüne ve savunma sanayiine yönelik ürettiğimiz özel çalışmalarımız ve çok değerli projelerimizle yola devam ediyoruz.

Argela'da insan kaynağına yönelik strateji ve politikaların geliştirilmesine liderlik ediyorsunuz. 17 yıl gibi uzun bir süre aynı kurumda çalışmak, bu kaynağı yönetmek açısından ne gibi faydalar sağlıyor?

Argela çalışanlarını en önemli varlığı kabul eder. Başarının çalışanların katkı ve gelişimleriyle mümkün olduğuna inanır. Yönetim olarak, beyin gücü ve yaratıcılığı yüksek çalışanlarımızın özgürce, kurumsal kültür süreçlerinden farklı beklentilerini yöneterek, şirket hedeflerine ulaşabilmek için motivasyonlarını artırmaya çalışırız. Temel değeri insanın ürettiği "bilgi, yazılım, teknoloji" olan bir sektörde sanırım aksini düşünmek de pek mümkün değil. 17 yıl ise bırakın bir şirketin içinde olmayı, insan hayatı için de o kadar anlamlı bir süre ki... İçinde ne çok şey var. Bu süreçte zamanımızın çoğunu geçirdiğiniz iş arkadaşlarımızla bir aile gibi oluyorsunuz. İyi günü, kötü günü, başarıyı, yenilgiden çıkmayı birlikte öğreniyorsunuz. Yani hep birlikte kurumsal hafızanın bir parçası oluyorsunuz. Birbirinizin güçlü ve zayıf yanlarını, beklentilerini öğreniyorsunuz. Şirketini çok iyi tanıyan, üst yönetimi ve beklentileri anlamak için gerekli zamanı çoktan geride bırakmış bir yönetici olarak şirket stratejilerine daha hızlı koşuyorsunuz, yeni gelen kişileri kurum kültürüne adapte etmeniz de çok daha kolay oluyor.

Sürekli değişim-dönüşüm içerisinde olan teknoloji sektöründe çalışmak sizi nasıl besliyor?

Sürekli gelişen bilişim teknolojileriyle entegre olabilmek, büyük küçük tüm işletmeler ve özellikle günümüz yöneticileri için son derece önemli. Her şey çok hızlı



değişiyor. Öyle ki dün bildiklerimiz yarın bambaşka bir boyutta karşımıza çıkıyor. Böylesine çabuk değişim ve dönüşümün olduğu bir sektörün oyuncusuysanız siz de sürece ayak uydurmak zorundasınız. Zira küreselleşen dünyada rekabet edebilmenin gücü hem bireyler hem de kurumlar için yeni gelişmelere adapte olabilmekten geçiyor. Diğer taraftan, günümüzün heyecanlı ve en hızlı gelişen alanı olan teknoloji sektöründe bulunmak, aynı zamanda gençlerle yoğun çalışmak demek. Bu da güncel olmayı, değişimleri takip ederek, hayata hızla ayak uydurmayı gerektiriyor. Kısacası teknoloji sektöründe olmak, bilginin üreten kısmından beslenmek ve sürekli dinamik kalmak demek.

Şirketinizdeki kadın erkek çalışan dağılımı nasıl, kadın çalışanların artmasına yönelik bir uygulamanız var mı?

Çalışanlarımızın yüzde 23'ü kadın. Bu sayının artmasını elbette çok arzu ediyoruz. Argela olarak çalışanlarımıza fırsat eşitliği yaratmanın gereklerini öncelikli olarak yerine getiriyoruz. Seçme yerleştirme yaparken özellikle kadın ya da erkek diye bir ayırmadan ziyade kişilerin yetkinliklerine bakıyor ve işe en uygun yetkinlik sahibini görevlendiriyoruz. Kadın başvuru sahiplerini titizlikle inceliyor ve uygun kişileri mutlaka öncelikli görüşmeye davet ediyoruz. Şirket içinde yeni göreve talip kadın çalışanlarımızı da son derece önemsiyor, eğitimlerle destekliyoruz.

Teknoloji sektöründe kadın istihdamının artırmak için neler önerirsiniz?

Sanıyorum kadınlarımız son yıllara kadar aileleri tarafından hep daha rahat edebilecekleri düşünülen mesleklere yönlendirildi ve mühendislik daha çok erkek işi olarak görüldü. Ülkemizde üniversite mezunu kadınların sayısının daha çok büyük şehirlerde olduğunu ve taşrada hala üniversite mezuniyetinin istenilen sayıda olmadığını da göz önünde bulundurursak, sanırım teknoloji sektöründeki kadın sayımızın azlığı da doğal olarak ortaya çıkacaktır. Ülke olarak ataerkil yapı içerisinde kızlarımızı yönlendirirken hatalar yaptık ve kendilerine güvenlerini kırdık. Onlar da çoğunlukla mühendislik işlerini erkek işi olarak gördü. Günümüzde bu oran artmaya başlasa da yeterli seviyeye ulaşması için daha lise yıllarında kız öğrencilerimize bilinç kazandırmalı, teknik bölümleri tercih edebilecekleri ortama hazırlamalıyız. Sektöre yetkin mezunlar yetiştirmeliyiz. Şirketlerin yöneticileri de kadın istihdamına karşı zihinlerindeki evlilik, doğum, mesai gibi engelleri kaldırmalı. Bu konuda insan kaynakları yöneticileri de daha etkin rol almalı.

Kariyerinin başındaki kadınlara ve yönetici adaylarına neler önerirsiniz?

Çalışma hayatına girecek kadınlarımıza öncelikle cesaretli olmalarını öneririm. Çünkü her zaman size tam des



tek olacak birilerini arkanızda bulamayabilirsiniz. Dolayısıyla kadınlarımıza çok iş düşüyor, bazen zorluklarla savaşacaklarını ve hatta bu yolda yara alabileceklerini bilmeleri gerekiyor. İş hayatında zaman zaman geçirilen zor günler, bu dönemin sürekliliğine asla işaret etmez. Eğer içinde bulunduğunuz durum sizi mutlu etmiyorsa onu değiştirmek için mücadeleci olmalısınız. Aksiyonsuz, reaktif bir tutumun kimseye hiçbir faydası olmaz.

Yönetici adayları ise içinde bulunduğumuz yüzyılın gerekliliklerine çok iyi hazırlanmalı. Belirsizliği, karmaşıklığı, değişimi o kadar hızlı yaşıyoruz ki bunları yönetebilme becerisine sahip olmak için ciddi yetkinlikler gerekiyor. Başta bütün kadın liderler kendine güvenmeli, sorunların her zaman olacağını bilmeli, yılmadan proaktif bir şekilde zorlukların üzerine giderken, takım çalışması ve işbirliğinin gücüne inanmalı, zamanın ruhunu iyi okuyabilmeli ve ona uygun davranmalı. Liderlerin dili çok önemli. Açık, net ama bir o kadar da samimi, yapmacılıktan uzak davranan kadın liderlere çok iş düşüyor.

Bir mühendis olarak STEM (fen, teknoloji, mühendislik, matematik) alanlarına kadınların ilgisinin azlığını nasıl değerlendiriyorsunuz, bu konuda neler önerirsiniz?

Ülkemizde halen teknik işlere ve meslek gruplarına bakış açısının erkeğin biyolojik olarak daha güçlü görülmesi, geleneksel bir anlayışla kadının daha naif görülen işlere yönlendirilmesi ve maalesef başarılı olabilecek-

lerine dair gerekli güvenin kızlarımıza verilmemesi bunda büyük etken. Daha çocukluktan itibaren seçilen oyuncaklar, kadınların teknolojiyi üreten değil tüketen olarak algılanması, örneğin elektrik süpürGESİNİ üreten ya da tamir eden yerine kullanan olması, teknik işlerin erkeğe hatta erkek çocuğuna özgü bir beceri olarak görülmesi ve bu şekilde yetiştirilmesi gibi aslında daha aileden başlayan birçok nedeni sayabiliriz. Oysa tercihini teknik, matematik, fen gibi alanlarda kullanan kızlarımız gayet başarılı bir şekilde okuyor ve iş hayatına da büyük bir sorumluluk duygusuyla katılıyor. Bunun başarılı sonuçlarını şirketimizde de görüyoruz. Mühendislik ve teknik tüm işler için daha aileden, okul sıralarından eşitlikçi bir ortamın kurulması gerekiyor. Özellikle başarılı teknik insanlar ve eğitimcilere, çocukları ve ebeveynlerini bilinçlendirme konusunda önemli görevler düşüyor.

Yoğun iş temposunda iş ve özel hayat dengesini nasıl sağlıyorsunuz, hobileriniz neler?

Evliyim, iki çocuk annesiyim. Çalışan bir kadın olarak bu konuda şanslıyım. Eşim ve ailem her zaman yanımda ve bana destek oluyorlar. Kızım da oğlum da mühendislik bölümlerinde okudu. Onların iyi eğitim almalarını sağlamak, dünya vatandaşı yetkinliklerine sahip olarak ülkemize faydalı bireyler yetiştirmek öncelikli hedefimizdi. İş dışında ailemle vakit geçirmek, yürüyüş yapmak, seyahat etmek, küçük bahçemizle uğraşmak, beni hayata bağlayan mutluluk kaynaklarım. Ayrıca bazı sivil toplum kuruluşlarının da aktif üyesiyim. ☺

Halk Bankası'nda yeniden yapılanma... Değişimin ip uçları Finans Gündem'de

Kim nereye transfer oldu?

ING Bank'ın yeni genel müdürünü sektör finansgundem'den öğrendi

Sektörle ilgili son gelişmeler

TRT Genel Müdürlüğü'ne talip olan bankacı kim?

Hepsi ve daha fazlası için
www.finansgundem.com

17 Aralık 2013 Salı 14:39

Finans Gündem

ARA MA YAP

Ana Sayfa | Gündem | Bankacılık | Finans Kulisi | Sigorta - BES ve Hayat | Emlak-Mortgage | Para Piyasa | Leasing/Faktoring | Raporlar | Yazılar

KISAYOLLAR: Günün Tüm Haberleri | İlginç Bankacı Hikayeleri | Para Komedi | Araştırma | Basın Toplantıları / Ajanda | Dünden Bugüne Bankacılar

Öne Çıkan Haberler

İngiltere'de enflasyon hedefler dahilinde

İngiltere'de enflasyon Kasım ayında beklenmedik şekilde yavaşlayarak son dört yılın en düşük seviyesine indi

MOBİL

Üç yönlü görüşme yapabilen akıllı telefon

Üç yönlü görüşme yapabilen dünyanın ilk akıllı telefonu: GSmart SIMBA SX1

Altınbaş'ta atama

Bir inşaat patronu daha gözaltında

Merkez faizi sabit tuttu

AİHM Perinçek'i haklı buldu

Japonya tahvil ihracını artıracak

Sırbistan faiz indirdi

Haberleri sitenize ekleyin

Finans Hattı

Sırbistan faiz indirdi

Almanya'nın tüketici güveni yükseliyor

2013 altından çıkış yılı oldu

Can'ın Geleceğinin MALAGELSİ

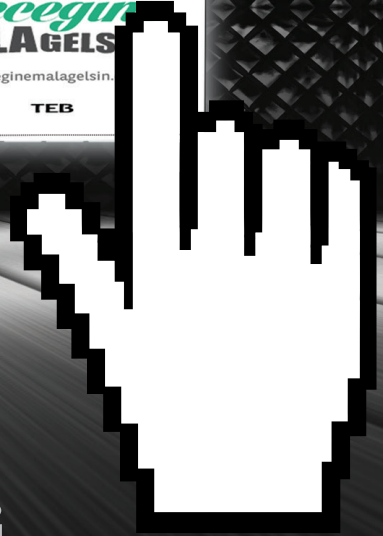
canageleceginemalagelsin.

TEB

DEV MARKALAR

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 > Tümü

TÜRKİYE'NİN
FİNANS MERKEZİ





Dijitalleşirken

“büyüklerimizi” unutmamalym

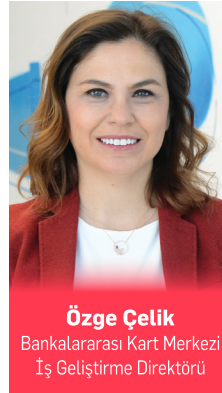
Dijitalleşme kaçınılmaz derken birdenbire kendimizi ivedi bir dijitalleşmenin ortasında buluverdik. Örneğin ödemeler açısından baktığımızda, gerek ülkemizde gerek dünyada, virüs taşıma potansiyeli nedeniyle fiziksel ödeme yöntemlerinden vazgeçilmeye başladığımızı gördük. Ağır olarak e-ticaret işlemleri tercih edilmeye başladı, zorunlu olarak yüz yüze ödeme durumunda ise temassız işlemler...

Bizim gibi ödeme sistemleri sektöründe çalışanlar, teknolojiyle haşır neşir olanlar, teknolojinin içine doğanlar için bu gelişmeler çok güzel. Ancak bir de teknolojiye, dijitalleşmeye mesafeli olanlar var. Peki onların hayatı nasıl etkilendi? Neredeyse evden hiç çıkmadığım son 1.5 ayda tanık olduğum birkaç örneği sizlerle paylaşmak istiyorum...

Eczacı olup da kendi eczanesini yıllardır yöneten yan komşumuzun aynı zamanda çocukları ve torunları sağlık ürünleri üretiyor. (Torunları dediğimden anlaşılacağı üzere kendisi yaşı ilerlemiş ama çok dinç bir büyüğümüz.)



Bahsettiğim fabrikanın kurucusu olan rahmetli eşinden dolayı komşumuz da şirketin yönetim kurulunda yer alıyor. Bir ay önce şirketten “yönetim kurulu toplantılarını online yapacağız” diye haber verildiğinde büyük bir pa-



Özge Çelik
Bankalararası Kart Merkezi
İş Geliştirme Direktörü

nikle kapımızı çaldı ve telefonuna uygulama kurmamızı rica etti. Önce tedirgindi ama biz bir kere destek olduktan sonra çok hoşuna gitti. Artık tüm toplantılarını hatta eczanesini uzaktan yönetmeye başladı. İlk günkü endişesi gözümün önünde hâlâ...

Bir diğer örnek aile büyüklerimizden. Hemen her gün bankacılık işlemlerini bana yaptırıyor. Eskiden tüm bu işler için şubeye gidiyorlardı. Şimdi şubelere gidemedikleri, bir yandan da mobil/internet bankacılığı kullanmaya çekindikleri için benden destek rica ediyorlar. Her ne kadar “Ben size öğre-

teyim gerçekten çok kolay” diye ikna etmeye çalışsam da yanlış bir şey yapmaktan korktukları için denemiyorlar bile...

Mart ayında Lloyds Bank, 70 yaş üzeri 2 bin müşterisine ücretsiz tablet dağıtacağını ve onlara özel müşteri temsilcileriyle eğitim vereceğini duyurdu. Pek çok araştırma, insanların geleneksel bankaları tercih etmesinin temel nedeninin kolaylık olduğunu söylüyor. Herkes için doğru olmasa da dijital okuryazarlığı düşük insanları düşündüğümüzde doğru bir yaklaşım.

“Covid-19 sonrası ‘yeni normaller’ hayatımıza girecek” diyoruz. Bu “yeni normaller” arasında da şüphesiz eskisine göre daha çok dijital süreç var. Evet, büyüklerimiz akıllı telefonları ve içerisindeki sosyal medya uygulamalarını çok iyi kullanıyor ama onlara finansal işlemlerini de dijital ortamdan yapabileceklerini anlatmak, belki de özel eğitimler düzenlemek hatta özel uygulamalar geliştirmek gerekebilir.

Sağlıklı günler dilerim.

Çin Ziraat Bankası, dijital para test uygulamasını yayına aldı

Çin sosyal medya ağlarında paylaşılan mobil uygulama ekran görüntüleri heyecan yarattı. Görüntülere bakılırsa, ülkenin en büyük devlet bankalarından biri olan Çin Ziraat Bankası (ABC), merkez bankası dijital para birimine yönelik bir cüzdan için ön arayüz geliştirmiş. Bu konuda henüz resmi bir açıklama yok ama Çin Merkez Bankası tarafından 5 yıl önce başlatılan, 80'den fazla patent alınan ve yüksek gizlilikle sürdürülen dijital

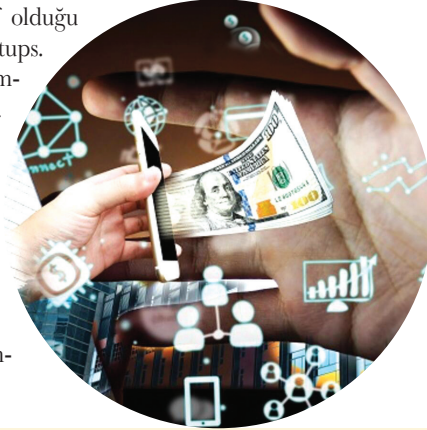


para çalışmaları hakkındaki ekran görüntüleri bu açıdan bizlere ilk somut izlenimi veriyor. Bankanın domainine bağlı bir site aracılığıyla indirilebilen test uygulamasına, hem iOS hem de Android cihazlardan erişilebilirlik mümkün. Uygulamayı indirdikten sonra kullanıcılara bir kayıt seçeneği sunuluyor. Ancak test modunda sadece önceden belirlenmiş kısıtlı sayıda kullanıcıların kayıt işlemi tamamlamasına izin veriliyor. Ayrıca kayıt aşamasında pilot çalışmanın şu an için Shenzhen, Xiong'an, Chengdu ve Suzhou şehirlerini kapsadığı anlaşılıyor. Dijital para/elektronik ödeme (DC/EP) cüzdanının arayüzü online ödeme platformları Alipay ve WeChat Pay'e benzerlik gösteriyor. Bilindiği gibi dijital para çalışmalarına dört büyük devlet bankası (ICBC, ABC, BoC ve CCB), üç ana telekom operatörü (China Mobile, China Telecom ve China Unicom) ile Alipay ve WeChat Pay de katılıyor.

Mart ayında FinTek'lere 2.9 milyar, InsurTech'lere 224 milyon dolar yatırım yapıldı

Girişimcilik ekosistemi ve bu ekosistemin aktif olduğu pazarlarla ilgili analitik veriler hazırlayan Startups. Watch, küresel FinTek ve InsurTech ekosistemleriyle ilgili yeni raporlarını yayınladı. Buna göre Mart 2020'de FinTek girişimleri, 136 anlaşmayla melek ve risk sermayesi yatırımcılarından toplam 2.9 milyar dolar değerinde yatırım aldı. Bu dönemde ödemeler, bankacılık ve kripto para birimleri yatırımcıların ilgi odağı oldu.

Aynı dönemde InsurTech girişimleri ise 23 anlaşmayla melek ve risk sermayesi yatırımcılarından toplam 224 milyon dolar yatırım aldı.



"Blokzincirlerde Güvenlik ve Mahremiyet" raporu yayınlandı

Bankalararası Kart Merkezi, TÜBİTAK BİLGEM Blokzincir Araştırma Ağı ile birlikte blokzinciri teknolojisindeki gündelik ve mahremiyet teknikleri üzerine yaptığı araştırmaları derleyerek rapor şeklinde yayınladı. Raporunda,

blokzincir platformlarından beklenen temel güvenlik ve mahremiyet özellikleri açıklanarak, bu özellikleri sağlamak üzere kullanılan ve/veya kullanılacak kriptografik olan ve olmayan teknikler özetleniyor.



Geleneksel bankaların açığı kapatabilmesi için doğru zaman

Danışmanlık, teknoloji hizmetleri ve dijital dönüşüm firması Capgemini tarafından yayımlanan Dünya FinTech Raporu 2020, ekosistemdeki trendleri ve stratejik değişimleri değerlendiriyor. Müşterilerin beklediği ve geleneksel bankaların şu anda sunduğu ürün ve hizmetler arasındaki fark hiç bu kadar geniş olmamıştı. Rapora göre, bankaların en iyi müşteri deneyimini sunmak adına diğerlerine yetiştirilmesi için doğru zamandayız.

Veriye dayalı ve gerçek zamanlı hiper-kişiselleştirilmiş deneyimlerle BigTech'ler ve yeni nesil bankalar, müşteri kazanma konusunda yeteneklerini kanıtladı. Geleneksel bankalar ise müşteri deneyimini geliştirmek için özellikle bilgi teknolojileri altyapısına büyük yatırımlar yapıyor. Raporunda, bankaların bu değişken ortamda cazip ve rekabetçi kalabilmek için çevik, yaratıcı ve müşteri merkezli bir dönüşüme odaklanması gerektiği vurgulanıyor. Banka ve FinTek ortaklıklarının başarılı olabilmesi içinse iyi yapılandırılmış bir işbirliği şart.

KORONA günlerinde



Evde kal çağrısı en çok e-ticaret ve online alışveriş sektörüne yaradı. Sağ olsun kargo şirketleri de tüketiciden sipariş ücreti almayınca iğneden ipliğe her şeyi internetten sipariş eder hale geldik. Covid-19 salgını sonrası ilk bir ayın verileri bile online alışverişin deyim yerindeyse patladığını gösteriyor.

Peki tüketici en çok hangi ürünlere ilgi gösterdi? Hangi sektörler hayal kırıklığına uğradı? Tüketici alışkanlıkları ve müşteri davranışlarında belirgin ne gibi değişiklik yaşanıyor? Bu değişiklikler e-ticaret sektörünün geleceği için nasıl bir sinyal veriyor? İstatistikler neye işaret ediyor? Bu dönemde e-ticaret sektörüne girmek isteyenler ne yapmalı, nelere dikkat etmeli?

İşte e-ticaret sektörüne altyapı ve çeşitli konularda çözüm sunan şirket yöneticilerinin bu ve benzeri sorulara yanıtları...

Ödeme tercihini "hijyen" ve "hız" belirliyor

Tüm dünyayı etkisi altına alan koronavirüs salgını, alışveriş alışkanlıklarını ve ödeme tercihlerini doğrudan etkiliyor. E-ticaret temel tüketim ihtiyacının en önemli tedarik platformu haline gelirken, tüketiciler ödeme esnasında da fiziksel teması en aza indirmeye çalışıyor. Covid-19'un ödeme tercihleri üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla

Mastercard Türkiye tarafından yapılan ödeme yöntemleri araştırması, salgın döneminde online alışverişlerin yüzde 15 arttığını gösteriyor. Kartla alışveriş yapan tüketicilerin yüzde 63'ü ise temassız işlemleri tercih ediyor. Tüketicilerin yüzde 53'ü temassız ödemeyi "daha hijyenik" olduğu için kullandığını belirtirken bu yöntemi "daha hızlı" olduğu için tercih ettiğini belirtenlerin oranı ise yüzde 40.

Koronavirüs korkusu alışveriş sürelerini kısalttı

Araştırma sonuçlarına göre market alışverişlerindeki kartlı ödemeler yüzde 64'ken, nakit kullanımı yüzde 35 seviyesinde seyrediyor. Araştırmada öne çıkan bir diğer bulgu da kısalan alışveriş süreleri. Salgın, tüketicilerin yüzde 58'inin alışverişlerini eskiye oranla çok daha hızlı tamamlamasını sağladı. Bu durum cinsiyet bazlı alışveriş alışkanlıklarındaki değişimi de ortaya koyuyor. Daha önce alışveriş için daha fazla zaman harcayan kadınlar artık alışverişlerini çok daha hızlı bitirmeye özen gösteriyor. Araştırmaya katılan kadınların yüzde 60'ı bu dönemde alışverişlerini hızlandırdıklarını ifade ederken, erkekler için bu oran yüzde 55. Bu sonuçlar, salgın döneminde alışverişte geçirilen süre bakımından cinsiyet bazlı tüketim alışkanlıklarındaki farkın ortadan kalktığını gösteriyor.

Kadın tüketiciler online kanallara, erkekler büyük zincirlere güveniyor

Hayatların eve taşınmasıyla birlikte tüketicilerin güvenli bulunduğu satış kanallarında da değişiklik gözleniyor. Araştırmaya katılan her üç kişiden biri salgın döneminde online alışverişi tercih ettiğini belirtiyor. Büyük zincir mağazalar yüzde 24'le ikinci sırada yer alırken, yüzde 22'lik bir kesim küçük lokal işletmeleri tercih ediyor.

Öte yandan, online alışveriş özellikle kadınların birinci tercihi olarak öne çıkıyor. Araştırmaya katılan kadınların yüzde 42'si internet üzerinden alışverişi bu dönemin en güvenli kanalı olarak görürken, erkeklerin en güvenli bulunduğu satış kanalı ise yüzde 32 ile büyük zincir marketler. Kriz öncesi dönemde online kanallarda erkeklerin ağırlıklı olarak tüketici elektroniği, bilgisayar gibi ürünler aldığı gözlemlenirken, kadınların daha çok tekstil, kişisel bakım ürünleri ve market alışverişlerini yaptığı görülüyordu. Bu dönemde ise erkek tüketicilerin de market alışverişleri ve temel ihtiyaçları için online kanallara yöneldiği gözleniyor. Kadınlar için online kanalların en güvenilir satış noktası olmasında ise salgın öncesindeki yerleşik alışveriş alışkanlıkları etkili oluyor.

Temassız ödemeler iki ayda iki katına çıktı

Covid-19 salgınıyla tüketicilerin alışveriş tarzı ve ödeme yöntemlerindeki değişimleri yorumlayan Mastercard Hızlı Büyüyen Pazarlar İş Geliştirme Başkan Yardımcısı Hakan Tatlıcı, "Tüketicilere en hızlı ve en hijyenik çözümü temassız ödeme yöntemleri sunuyor. Öte yandan salgınla birlikte e-ticarete yeni entegre olan, temel ihtiyaçlarını online alışverişle gerçekleştirmeye adapte olan bir tüketici kitlesi de var. Tüm bu dinamikler yeni alışkanlıkları da beraberinde getiriyor. Online tarafta ise birçok e-ticaret sitesi kapıdaki kuryeyle teması engellemek için Masterpass gibi kayıtlı kart ile ödemeyi mecburi kılıyor. Masterpass gibi çözümler kartını cebinden çıkarmadan sipariş anında ödemeyi tamamlamaya olanak verdiğinden hem



Hakan Tatlıcı

şirket çalışanları hem de tüketiciler için en önemli önlemlerden biri" diyor.

Sektör ayrımı olmaksızın bakıldığında Masterpass üzerinden geçen işlemlerde de yüzde 15'lik artış olduğuna dikkat çeken Tatlıcı'ya göre asıl artış sepet tutarlarında yaşanıyor. Resmi kaynakların da yönlendirmesiyle evden çıkmayan tüketicilerin, alışverişlerini uzun süre tüketebilecekleri hacimde yaptıkları görülüyor.

Sepet tutarları artıyor, yapı market alışverişleri öne çıkıyor

Masterpass üzerinden yapılan alışverişlerin detaylarını da değerlendiren Tatlıcı, hacimsel olarak en yüksek artışın e-ticarete hızlı kurye teslimi yapan marketlerde gözlemlendiğini belirtiyor. Masterpass verilerine göre ev eşyası ve



yapı market sektöründe de önemli bir artış var. Bu alanda dijital kanalları üzerinden satış yapan bazı işletmelerde yüzde 300 ila 400'lere varan artışlar gözleniyor. Mağazalara fiziksel erişimin kısıtlanması e-ticareti artırırken, evde daha fazla vakit geçiren tüketicinin yaşadığı alana daha fazla özen göstermesi bu yükselişin en önemli gerekçeleri arasında gösteriliyor.

Salgının ilk ayında gıda sektörü online alışveriş rekoru kırdı

E-ticaret yönelik çözüm odaklı servisler sunan iPara, koronavirüs salgını nedeniyle artışa geçen online alışveriş verilerinin ilk bir aylık değerlendirmesini yaptı. iPara verilerine göre, önceki aya kıyasla online alışveriş verileri yüzde 10 oranında artış gösterdi. Online alışverişte iPara altyapısını kullanan markaların satış rakamlarına göre belirlenen listenin ilk sırasında sektörel bazda hijyen ve temizlik malzemeleri yer alırken, gıda sektöründeki online alışveriş yüzde 61 artış gösterdi. Geçen yılın aynı dönemine göre ise iPara toplam tahsilatları yüzde 86 oranında arttı.

iPara Genel Müdürü Tarık Onat, salgının online alışverişe etkisini şu sözlerle değerlendiriyor: "Koronavirüs salgını tüm dünyada ve ülkemizde etkisini sürdürüyor. Ülkemizde ilk virüs vakasının tespit edildiği 10 Mart'tan itibaren 1 aylık süreçte iPara çözümleriyle gerçekleşen alışveriş tutarı yüzde 10 oranında artış gösterdi. Gıda sektöründeki satışlar yüzde 61 arttı. Virüs tehdidi ortadan kalkana kadar önümüzdeki dönemde turizm, seyahat, restoran ve eğlence yerleri harici sektörlerde online alışveriş verilerinde yüzde 40 bandında artış olmasını bekliyoruz."

Koronavirüs günlerinin online alışveriş istatistikleri

İzole günlerde evde kalan tüketicinin tercihleri ve bu doğrultuda sektörlerin satış oranlarında önemli değişiklikler oldu. Binlerce e-ticaret sitesinin ödeme altyapı sağlayıcısı izyico'nun araştırmasıyla ortaya çıkan veriler de evde kalma planlarının yapılmasıyla birlikte sektörlerin ve tüketim alışkanlıklarının değiştiğini gösteriyor. izyico'nun istatistikleri, en fazla talep artışının yaşandığı ürün gruplarını da ortaya koyuyor.



Tarık Onat





Dünya Sağlık Örgütü'nün salgın sınıfında tanımladığı ve Türkiye'de de ilk olarak 10 Mart'ta görülen koronavirüsten korunmak için Sağlık Bakanlığı'nın ve uzmanların #EvdeKal tavsiyesiyle kendisini izole eden çok sayıda vatandaş, ihtiyaçları için online alışverişe yöneldi. İnternet üzerinden alışverişte özellikle bazı sektörlerle ve ürünlere olan talepte önemli artış dikkat çekti.

Kitap satışı ilk haftada yüzde 32 arttı

Gönüllü karantina sürecinin başladığı haftalarda kendini ve çevresindekileri korumak için "evde kal" çağrısına uyanların zor günlerinde en büyük destekçisi kitap oldu. Günlük yaşamı ele alış biçimini olumlu etkileyen ve zamanı değerlendirmenin en keyifli yolu olan kitap, iyizco verilerine göre izole günlerinin bir numaralı tercihi oldu. Evde kal çağrısının başladığı hafta, kitap sektöründeki satışlarda bir önceki haftaya göre yüzde 32 artış oldu. Evde izolasyonun ikinci haftasında da satışlar devam etti. Karantina sürecinde kitap stokları yenilendi ve kitap satışları yüzde 30 arttı. Kitap mağazalarındaki ortalama sepet tutarı ise 80 TL oldu.

Kutu oyunlarında satış patlaması

Son yıllarda çeşitlilik kazanan ve oyun oynamayı çocuklara özgü bir eylem olmaktan çıkaran kutu oyunları da izole günlerinin eğlencesi oldu. Yalnızca zeka gücü gerektiren oyunlar, zor günlerde ortak paylaşımında bulunmanın ve zamanı değerlendirmenin keyifli bir yolu oldu. iyizco'nun elde ettiği verilere göre, evde kal çağrısına uyulan ilk hafta, hobi ve oyun sektöründeki satışlarda bir önceki haftaya oranla yüzde 46 artış gerçekleşti. Evde izolasyonun ikinci

haftasında hobi, oyun, eğlence ürünleri kategorisinde artış devam etti ve ortalama sepet tutarı 75 TL seviyesine ulaştı.

Ev eşyalarında işlem hacmi yüzde 165 arttı

Sokakların büyük oranda boşaldığı ikinci karantina haftasında, pek çok kişi evine daha fazla özen göstermeye ve eksiklerini tamamlamaya başladı. Özellikle aydınlatma ürünleri, beyaz eşya

ve mobilya gibi temel yaşam malzemelerine yönelimde önemli artış gözlemlendi. Gündelik ev eşyalarında işlem hacminde yüzde 165, işlem adedinde yüzde 117 gibi rekor artışlar yaşandı.

İhtiyaç sahiplerine ulaşmaya çalıştık

Gönüllü karantinanın ikinci haftasında evimize odaklandığımız gibi, fiziken olmasa da birlik olmaya da odaklandık ve yardım kampanyalarına destek olduk. Pek çok insan, ihtiyaç sahiplerinin sesine kulak vermek için sivil toplum kuruluşlarına ulaşmış onlara destek oldu. iyizco'nun verilerine göre, karantina sürecinin başladığı 16 Mart haftası ile 23 Mart haftası yardım kampanyaları karşılaştırdığımızda önemli bir artış olduğu görülüyor. Yardım kampanyalarındaki tutar yüzde 232 artarken, işlem adedinin yüzde 104 yükselmesi, insanların karantina günlerinde daha fazla bağış yapmaya yöneldiğini gösteriyor.

Seyahat harcamaları yok denecek kadar azaldı

Evde kal çağrısına uyulmasıyla birlikte kişisel gelişime, hobiye, ev içi yatırıma ve yardım kampanyalarına odaklanarak harcamalarımızı bu doğrultuda yaptık. Bu da araç kiralama ve seyahat sektöründeki satışlarda ciddi düşüşlere sebep oldu. Karantinanın başladığı ilk hafta, araç kiralama işlemlerinde yüzde 56 düşüş gerçekleşti ve seyahat sektörü için yapılan harcamalar yüzde 39 azaldı. Seyahat kısıtlamalarının gelmesiyle birlikte, sonraki haftalar için bu düşüşün katlanarak artması bekleniyor.

iyizco'dan küçük esnaf için sosyal medyada destek kampanyası

Öte yandan iyizco, #KüçükEsnafınYanındayız çağrısıyla başlattığı kampanya ve hayata geçirdiği düzenlemelerle üye işyerlerine destek oluyor. Kampanya doğrultusunda ihtiyaçlarını online olarak karşılamayı tercih edenler, farklı avantajlar sunan iyizco üye işyerlerine kolaylıkla ulaşabiliyor. Kitap, kahve, sağlıklı beslenme, organik ürün ve evcil hayvan ürünleri gibi birçok farklı kategoride online satış yapan küçük esnafın bu kampanyayla birlikte, evde kalınan bu dönemde daha fazla tüketiciye ulaşması hedefleniyor.

E-ticaret hacminin arttığı bu dönemde online alışverişe duyulan endişelere karşı iyizco, tüketicileri Korumalı Alışveriş hizmetiyle koruyor. "Ödemem güvende mi, ya satıcıya ulaşamazsam" gibi endişelere karşı güvenli alışveriş deneyimini artıran iyizco Korumalı Alışveriş özelliği sayesinde online satıcıların yeni müşteriler kazanması ve sadık müşteri kitlesini artırması da mümkün oluyor. Ödeme anından teslimata kadar tüm aşamalarda tüketicilere sunulan destekle online satıcıların operasyonel yükü de azalmış oluyor.



Barbaros Özbuğutu



Bu günlerde hepimiz sağlıklı kalabilmek için doğal beslenmenin yollarını arıyoruz ve tam da bu dönem için size bir teklifimiz var. Vitamin deposu üye iş yerlerimiz sizi bekliyor! 🍊🍋🍌 #KüçükEsnafınYanındayız



iyzico ayrıca herkesin evine olduğu bu zor izole günlerde, üye işyerlerinin finansal süreçlerini daha emin yürütebilmesi için ödeme süresini 21 günden 2 güne düşürdü. Bu değişiklik sayesinde, tüm haftalık satışların ödemeleri, takip eden çarşamba günü esnafın hesabında oluyor. Bu değişiklikle pazartesiden pazara aldığı tüm ödemeleri çarşamba günü hesabında görebilecek olan küçük esnafın, koronavirus salgınının yarattığı finansal olumsuzluklardan daha az etkilenmesi hedefleniyor.

iyzico PayU Türkiye CEO'su Barbaros Özbuğutu, kampanyayla ilgili "Sosyal medya başlattığımız #KüçükEsnafınYanındayız kampanyasıyla alışverişlerini internette yapan tüketicilerin yerel satıcılara kolaylıkla ulaşmasını hedefliyoruz. Bu zor günlerin en az hasarla atlatılabilmesini ve ekonominin denge kaybetmemesi için üzerimize düşen her şeyi yapmaya hazırız" değerlendirmesini yapıyor.

Akakçe, yerel esnafla gücünü birleştiriyor

E-ticaret sektörünün önde gelen referans platformlarından Akakçe, tüketiciye mümkün olan bütün fiyat seçeneklerini sunma hedefi doğrultusunda, dijital gücünü tüm yerel esnafın hizmetine sundu. Böylece esnaf, kendi bölgesinde dağıtım yapabilecek ve o bölgedeki siparişleri kendisine yönlendirebilecek.

Akakçe, bu projeye bakkal, market, eczane, petshop gibi dağıtım yapabilecek tüm yerel esnafla çalışmayı hedefliyor. Bunun için bir başvuru sayfası oluşturan Akakçe, buraya kaydını yaptıran yerel esnafı da listelerine dahil ederek ücretsiz sipariş almasını sağlayacak.

Küçük perakende esnafının zor günlerinde önemli bir misyon üstlendiklerini belirten Akakçe Genel Müdürü Koray Karataş, "Covid-19 salgını nedeniyle ticaretin olumsuz etkilendiği bir dönemde işleri azalan bakkal ve market gibi yerel satıcıları da güçlü sipariş ağına ekleyerek, bu zor günleri hep birlikte atlatmak için çalışacağız. Salgın nedeniyle fiziken el ele veremediğimizden, dijital dünyada güç birliği yaparak tüm zorlukların üstesinden birlikte geleceğiz" diyor.

Eczane ve ecza depolarının Cepte POS kullanımı arttı

"Cepte POS" ve "yazarkasa POS" uygulamalarıyla ilkler imza atan Ödeal da kendi çözüm ve uygulamalarında yaşanan değişimi paylaştı. 10-29 Şubat ile 10-29 Mart 2020



Fevzi Güngör

dönemlerinde Cepte POS'a üye firmalar üzerinden yapılan araştırmada, kullanım artışına göre "eczane ve eczane depolarının" büyük bir farkla ve yüzde 100'ün üzerinde işlem hacmi artışıyla ilk sırada yer aldığı görülüyor. Bu sektörü "lokanta-restoran-kafe-pastane" ve "tarım-hayvancılık-ilaçlama" takip ediyor. Cepte POS işlem hacminde en yüksek düşüş ise "turizm" ve "finans" sektörlerinde yaşandı.

Ödeal'ın yazarkasa müşteri-



rileri bağlamında iş hacmini en çok artıran sektörlerse sırasıyla "bisiklet-motosiklet-tamir/bakım", "kırtasiye-ofismakine", "mühendislik-doğalgaz-enerji-ısıtma", "temizlik firmaları-temizlik ürünleri-halı yıkama-oto yıkama" ve "manav/meyve-sebze" oldu. Söz konusu sektörlerde iki dönem arasında yüzde 80 ve üzerinde işlem hacmi artışı görüldü.

Yazarkasa kullanan üye işyerlerinde "fotoğraf stüdyoları-kamera", "eğitim-kurs", "spor tesisleri" ve "çiçekçilik", iş hacmi en çok düşen sektörler oldu.

Ödeal kurucu ortağı Fevzi Güngör, uzaktan güvenli ödemeye olanak sağlayan Cepte POS gibi dijital ürün ve hizmetlerin özellikle son dönemdeki olağanüstü gündem nedeniyle keskinleşen tüketici hassasiyetlerine yanıt vermesi nedeniyle öne çıktığını belirtiyor.

Türkiye evde kaldı, teknoloji satışları canlandı

Salgın nedeniyle iş ve eğlence yaşamını evlerde sürdürmek durumunda kalan tüketiciler, iş ve eğlenceye yönelik teknolojilerin online satışlarını artırdı. Gaming hazır sistemlerden profesyonel oyuncu ekipmanlarına kadar çok geniş bir yelpazede binlerce teknoloji ürünü sunan incehesap.com, mart ayı sonunda şubat ayına oranla ev ve sinema sistemleri satışlarının yüzde 90 artış gösterdiğini açıkladı.

Kulaklık satışında yüzde 250 artış

Çalışma hayatını işten yürüten, toplantılara video konferans aracılığıyla katılanlar, bunu yaparken de sessizliğe ve odaklanmaya ihtiyaç duyanlar ile bilgisayarları ya da TV üzerinden eğlence servislerine bağlanan kullanıcılar, kulaklıklara özel ilgi gösterdi. İncehesap.com verilerine göre mart ayında kulaklık satışlarında yüzde 250'lik artış yaşandı. 📌





Yüzde 260 daha fazla LED TV satışı

LED TV'ler de evde kalan tüketicilerin ilgi odağı oldu. LED TV satışları mart ayında yüzde 260 arttı. Kullanıcılar, yalnızca evlerindeki televizyonları değil notebook'ları da yenileme yoluna gitti. Hem iş hem de eğlence için kul-

lanılan notebook'ları daha yoğun kullanan tüketiciler, satışların bir ayda yüzde 70 artmasına yol açtı.

Online satış revaçta

Koronavirüs tehdidi ile #EvdeKal çağrısına uyan vatandaşların iş ve eğlence teknolojilerini yeniden gözden geçirmeye ihtiyaç duyduğunu ifade eden inceshesap.com'un Kurucu Ortağı Nurettin Erzen, dışarı çıkmaktan çekinen tüketicilerin e-ticarete yöneldiğini, teknolojik ürün satışlarında da bu trendin artarak devam ettiğini vurguluyor. Erzen, "Sokağa çıkma konusundaki tedbirlerin devam etmesi durumunda daha fazla ev ve sinema sistemleri, PC ve notebook satışları ile gaming teknolojilerinde büyük artışlar yaşanmasını bekliyoruz" diyor.

E-ticarette Ramazan trendleri

Covid-19 salgını yüzünden talep patlamasıyla karşı karşıya kalan e-ticaret sektörü temsilcileri bir yandan da Ramazan telaşını yaşıyor. Avantajix.com kurucu ortağı Güçlü Kayral, koronavirüs tehdidi yüzünden zorunlu olarak evde kalanlarla, Ramazan dolayısıyla kalabalıklaşan market ve pazarlardan uzak durmaya çalışanların sanal mağazalara yöneldiğine dikkat çekiyor.

Özellikle gıda ve hazır yemek sektöründe Ramazan süresince talep yoğunluğu bekleniyor. Kayral, "Sanal marketler ve yemek şirketleri, siparişlerin hazırlanması ve müşteriye ulaştırılması aşamasında yaşanabilecek aksaklıkları gidermek amacıyla personel alımları yaptı. Salgının ilk günlerinde talep yoğunluğu nedeniyle sanal market siparişlerinin teslimatı 4-5 gün sürebiliyordu. Personel takviyeleri sonucu teslimatlar eskiden olduğu gibi kısa sürelerde yapılabiliyor. Teslimat süresini birkaç saate düşüren firmalar bile var. Hazır yemek firmaları da özel menülerle Ramazan sofralarını zenginleştirmenin çabası içerisinde" diyor.

Kayral, Ramazan alışverişlerini ve yardımlarını online yapmanın avantajlarına şöyle işaret ediyor: "Türkiye zor günlerden geçiyor. İşini kaybeden, evini geçindirmekte zorlanan insanlar var. Bu kişilere yardım etmek gerekiyor. Sanal marketler, bu yıl her bütçeye uygun Ramazan kolileri hazırladı. 40-50 TL'lik koliler de var, 500-600 liralıklar da. Bu yıl alışverişi de yardımları da ağırlıklı olarak dijital ortamda yapacağız. Kısacası dijital Ramazan yaşayacağız. Tabii



Güçlü Kayral

Ramazan'da fırsatçılar da ortaya çıkabiliyor. Fiyatlar çok değişken olabiliyor. İnternette alışveriş yapmadan önce alınacak ürünlerin fiyatlarını karşılaştırma siteleri aracılığıyla öğrenmek mümkün. En uygun fiyatlı ürün hangi dijital dükkânda biliyorsunuz ve oradan alıyorsunuz."

Salgın, tüketici alışkanlıklarını değiştiriyor

Sosyal mesafe kuralıyla evde kalma süreleri artarken farklı iş ve yaşam pratikleri de geliyor. Tüketicilerin birçok alışkanlığı online platforma taşıyor ve geleneksel üreticilerin iş modelleri dijital dünyaya entegre oluyor. Salgının en çok etkilendiği sektörlerden bir olan e-ticarete ise gündem hızla değişiyor. Özellikle Çin menşeli elektronik ürünlerin satış hacminde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 50'ye varan oranda düşüş yaşanırken dizüstü bilgisayar, kahve makinesi, oyun konsolu gibi evde çalışma modeli nedeniyle artan ihtiyaçlar ile bluetooth kulaklık gibi temassız ve elektrik süpürgesi gibi hijyen esaslı ürünlerin satış trafiğinde ise yüzde 33 artış gözlemleniyor.

E-ticaret firmalarına ürün tedariki sağlayan Nasa İletişim'in CEO'su Mehmet Hayrettin Yılmaz, sektördeki dalgalanmayı şöyle yorumluyor: "E-ticarete en fazla, en yoğun ihtiyaç duyduğumuz bir dönemi yaşıyoruz. Daha önce e-ticaretle hiç tanışmamış olan tüketicilerimiz dahi evde kalmamın gerekli olduğu salgın sürecinde online alışverişe rağbet gösteriyor. Bizlerse şu aşamada daha ziyade



Mehmet Hayrettin Yılmaz

stok yönetimiyle aksiyon alıyoruz. Çin'e bağlı olduğumuz bazı alanlarda fiyatların yükselmesine neden olan etkenler oldu. Hem dövizin yükselmesi hem de Çin'de üretimin büyük ölçüde azalması fiyatlara yansdı. İç piyasada yüzde 50 civarında daralma oldu. Özellikle cep telefonu, giyilebilir aksesuar teknolojileri gibi ürünlerde fiyatların her geçen gün yukarıya doğru çıkacağını öngörüyoruz."

"Evde kaldığımız süre

boyunca satın alma tercihlerinin değiştiğini çok net gözlemleyebiliyoruz” diyen Yılmaz’ın bu konudaki değerlendirmesi de şu şekilde: “Özellikle elektronik alandaki ihtiyaçlar ve tercihlerde büyük bir farklılık var. Dizüstü bilgisayar, bluetooth kulaklık, kahve makinesi, katı meyve sıkacağı, elektrik süpürgesi, oyun konsolu gibi ürünlerin satışı ciddi oranda arttı. Söz konusu ürünler salgın öncesi standart bir grafik izliyordu. Ancak son 1 ayda satışlarımız yüzde 33 arttı ve kısıtlı stoklarımız nedeniyle neredeyse talepleri karşılayamaz duruma geldik.”

Covid-19 perakende tüketicilerini online ticarete taşıdı

Dünya Sağlık Örgütü tarafından yapılan pandemi ilanından sonra insanlar evden çıkmamak için büyük bir hassasiyet gösteriyor. Tüketicilerin bu izolasyon döneminde sürekli evde olmaları onların tüketim alışkanlıklarına da yansıyor ve çok sayıda kişi e-ticaret platformları ve online marketleri kullanıyor.

Entegre dijital pazarlama platformu Setrow tarafından yapılan “Covid-19’un Sektörel Bazlı Online Alışverişe Etkisi” başlıklı araştırmada, şirketlerin dijital pazarlama faaliyetlerinde halen gördüğü ilgi ve dönüşüm oranı itibarıyla kullanımı en yüksek araç olan e-mail marketing’le kullanıcının içerikteki linklere tıklama oranlarındaki ve dönüşüm oranlarındaki artış analiz ediliyor.

Araştırma, perakende sektöründeki başta gıda olmak üzere sağlık, spor ve elektronik şirketlerin bu dönemde e-mail marketing yapma oranının ciddi şekilde arttığını gösteriyor. Kullanıcıların içerikteki linklere tıklanma oranları ve dönüşüm oranlarının da artış gösterdiği araştırma, birçok e-ticaret sitesindeki satışlarda büyük bir hareketliliğin olduğunu ortaya koyuyor.

■ **Mail gönderimi:** Gıda perakendede yüzde 85, sağlık sektöründe yüzde 78, spor perakendede yüzde 60, tekstil perakendede yüzde 65 ve elektronik perakendede yüzde 50 artış gösteriyor.

■ **Tıklama oranı:** Gıda perakendede yüzde 70, sağlık sektöründe yüzde 80, spor perakendede yüzde 40, tekstil perakendede yüzde 50 ve elektronik perakendede yüzde 30 artış gösteriyor.

■ **Dönüşüm oranı:** Gıda perakendede yüzde 60, sağlık sektöründe yüzde 50, spor perakendede yüzde 30, tekstil perakendede yüzde 20 ve elektronik perakendede yüzde 10 artış gösteriyor.

Karantinaya alıştık ama arayışlarımız değişti

Bu arada, tüketici ihtiyaçlarındaki dönüşümü gözler önüne seren Google Arama Trendleri raporu yayınlandı. Rapor, Covid-19 günlerinde yapılan aramaların yiyeceğe ve diğer temel ihtiyaçlara erişimden finansal yardım ve online eğitim gibi uzun vadeli ihtiyaçlara yöneldiğini gösteriyor.



ONLINE ESNAF SAYISI YÜZDE 50 YÜKSELDİ

Covid-19 salgını başladıktan sonraki ilk ayda e-ticarete başlamak isteyen Kobi sayısı, 6 ayın ortalamasına kıyasla yüzde 50 artış gösterdi. Yeni istihdam alanlarında işe alımlarda hareketlilik yaşanıyor. Market, gıda, hızlı tüketim, temizlik, dezenfektan, kitap, oyuncak, küçük ev aletleri ve çocuk tekstili

kategorilerinde e-ticaret sitelerinin satışları yüzde 200 arttı. Koronavirüs nedeniyle işyerini kapatmak zorunda kalan küçük ve orta ölçekli birçok işletmede işini dijital taşıma ve e-ticaret sitesi açma yönünde hareketliliğin arttığını ifade eden TOBB E-ticaret Meclisi Üyesi, Ticimax E-ticaret Sistemleri Kurucusu Cenk Çiğdemli, şu bilgileri paylaşıyor:



Cenk Çiğdemli

“Salgını takip eden ilk ayda başta market, gıda, hızlı tüketim, temizlik, dezenfektan, kitap, oyuncak, küçük ev aletleri ve çocuk tekstili olmak üzere bazı kategorilerde e-ticaret sitelerinin satışları yüzde 200 arttı. E-ticarete başlamak isteyen Kobi sayısı ise 6 ayın ortalamasına kıyasla yüzde 50 artış gösterdi. En çok gıda ve hızlı tüketim malzemesi satışı yapan işletmelerden talep geliyor. Tekstil işiyle uğraşan esnaf ve işletmelerde de bir hareketlilik var. Mesela butiğini kapatmak zorunda kalan da e-ticarete geçiş yapma yönünde adım atıyor. İçinden geçtiğimiz süreçte dijitalleşebilen şirketler daha rahat edecek.” Koronavirüs nedeniyle vatandaşın

online alışverişe yönelmesi sektörde yeni istihdam alanları oluşturuyor. Çiğdemli, kargo, kurye, depo ve site yönetimi alanında işe alımlarda hareketlilik yaşandığına işaret ediyor. Sektöre yeni katılan veya katılmak isteyen girişimcilerden e-ticaret eğitimi konusunda yoğun talep aldıklarını aktaran Çiğdemli, “Ticimax Akademi bünyesinde düzenlediğimiz ücretsiz eğitimlerimizi biz de online ortama taşıdık. Eğitimlerimize ara vermeden web sitemiz üzerinden devam ediyoruz. Eğitimlerimize talep ve katılım oranı normalin üç katına çıktı” diyor. Ticimax Akademi, ücretsiz e-ticaret eğitimlerini düzenli olarak web sitesi üzerinden, e-ticaret sohbetleri seminer serisini ise 15 günde bir zoom üzerinden ücretsiz olarak devam ettirecek. ▶



İhtiyaç kredisi aradık

Koronavirüs salgını nedeniyle Türkiye’de bankalar temel ihtiyaç desteği kredisi kampanyaları başlattı. Karantina döneminde maddi sıkıntı yaşamak istemeyen insanlar krediler hakkında detaylı bilgi almaya yöneldi. Google Arama Trendleri’ne göre Türkiye’de “ihtiyaç kredisi”, “kredi başvurusu” ve “enflasyon” aramaları yükselişe geçti. Güney Afrika’da bankacılık uygulamalarıyla satın alma işlemini merak edenler yoğun olarak “nasıl ödeme” araştırması yaparken İngiltere’de en çok “dijital bankacılık” ile ilgili arama yapıldı.

Polonya “sosyal güvenlik”, İsveç “işsizlik yardım ödeneği” aradı

Google Arama Trendleri’nde sadece banka kredileri yükselişe geçmedi. Avrupa, Ortadoğu ve Afrika çapında devlet yardım programları da en çok araştırılanlar arasındaydı. Polonya’da “sosyal güvenlik muafiyeti”, İsveç’te “işsizlik yardım ödeneği” sıklıkla aranan kelimeler arasında yer aldı. Birleşik Arap Emirlikleri’nde yaşayanlar hükümetin online iş portalı olan “Virtual Job Market” aramalarını artırırken, İspanya’da en çok “çalışma bakanlığı” hakkında arama yapıldı. Türkiye’de ise “yardım başvurusu”, “İBB

sosyal yardım” ve “askerlik” aramalarının artışta olduğu görüldü.

İngilizlerin gündeminde ücretsiz kurslar var

Online eğitim, hakkında en çok araştırma yapılan konuların başında geliyor. İngiltere’de “ücretsiz kurslar”, Birleşik Arap Emirlikleri’nde “online okul kitapları platformu”, Güney Afrika’da “e-okul” ve Polonya’da “öğretmenler tarafından TV’de verilen dersler” Google’da en çok aratılan terimlerden oldu. Türkiye’de ise “online deneme”, “anlatım bozuklukları” ve “kartondan saat yapmak” aramalarında artış yaşandı.

E-ticaret dönüşümü RFID ile hızlanıyor

Son yıllarda tüketicilerin alışkanlıklarının değişmesi ve teknolojiye çeşitli ilerlemeler nedeniyle perakende sektöründe büyük bir dijital dönüşüm yaşanıyor. Bu dönüşümün en önemli itici güçlerinden biri de tüm sektörlerde olduğu gibi perakendede de birçok alanda büyük faydalar sağlayan RFID teknolojisi. Bu teknoloji, operasyonel verimliliğin yanı sıra envanter doğruluğunun da artmasını sağlıyor.

RFID’nin günümüzde hızlı ve hatasız olmayı hedefleyen perakende şirketleri için çok önemli bir çözüm olduğunun altını çizen Sensormatic CEO’su İsmail Uzelli, “Perakende alanında son dönemin devrim diyebileceğimiz en önemli teknolojilerden biri RFID. Bu teknolojiyi kullanan şirketler ürünlerini üretim aşamasından mağazada müşteriye satana kadar anlık olarak takip edebiliyor. RFID ile etiketlenen her bir ürünün kendine ait eşsiz bir elektronik kodu oluyor. Ürünler bir nevi kimlik kazandırıyoruz ve dijitalleştiriyoruz. Ürünler artık aktif olarak ‘buradayız’ diyor ve bu şekilde stok doğruluğu yüzde 99’un üzerine çıkıyor” diyor.

Envanter doğruluğu, internet satış performansını artırıyor

Perakende sektöründe kullanılan barkod tabanlı uygulamalar insan hatasına çok açık ve en iyi yönetilen operasyonlarda dahi istenilen stok doğruluğuna ulaşmak pek

İNSANLAR EVDE KALDI, SESLİ KİTABA TALEP YÜZDE 40 ARTTI

Koronavirüs salgınıyla birlikte iş, okul ve tüm sosyal hayat sekteye uğradı. Evlerinde kalanlar bir yandan virüsle mücadele ederken bir yandan da evde eğlenceli vakit geçirmenin alternatiflerini arıyor. Sesli kitaplar bu dönemde önemli bir alternatif oldu. Bu alandaki girişimlerden Audioteka da ulusal ve uluslararası alanda 10 binlerce yerli ve yabancı sesli içeriğiyle artan talepten pay



Göktaş Oğuz

almaya çalışıyor.

Audioteka Türkiye Genel Müdürü Göktaş Oğuz, evde kalan insanların sayısına bağlı olarak sesli kitap dinleme oranında yüzde 40, dinleme sürelerinde de yüzde 80 artış olduğunu vurguluyor. Oğuz, en çok dinlenen içeriklerin romanlar ve çocuklarını oyalamak için masallar olduğunu, ancak bu dönemde kişisel gelişim ve korku hikayelerinin dinlenmesinde de artışlar gördüğünü anlatıyor. Evde



kalanlara destek olmak için düzenli olarak hediye içeriklerde sunan Audioteka, binlerce sesli kitap ve sesli radyo tiyatrosu alternatifleri (Audioteka Superproduction) sunuyor.

mümkün olmuyor. Doğruluk oranı yüzde 80-85'in üzerine çıkamıyor. Uzelli, RFID teknolojisinin kullanımıyla stok doğruluğunun yüzde 99'un üzerine çıktığını vurguluyor: "Örneğin üreticiden alınan bir kolinin üstünde 100 yazarken içinde 95 adet ürün bulunabiliyor. Onlarca kutuyu açıp tek tek ürün barkodlarını okutmanız pek mümkün değil. Ancak kolinin içinde RFID ile etiketlenmiş ürünler varsa, yüzlerce ürün içeren bir koliyi saniyeler içinde okutmak mümkün. Böylece ürünler henüz depoya girme aşamasında stoklara sıfır hatayla işleniyor. Ayrıca kolinin içindeki ürünleri birebir görmeye gerek kalmadan hızlı bir şekilde beden, renk ve adet gibi bilgilerle stoklara işliyorsunuz. Bu şekilde mağazalara sevk edilen ürünlerin de doğru olduğundan emin oluyorsunuz. Barkodla günler süren stok sayımları da en az 10 kat daha hızlanarak, birkaç saat içerisinde yapılıyor. Bu sayede sayımları sık aralıklarla yaparak, envanter doğruluğunun en üst seviyede olması sağlanıyor."

Perakende sektöründe birçok şirket, mağazalarındaki stok doğruluğundan emin olamadığı için fiziksel ve çevrimiçi mağazaları için ayrı stok tutuyor. İsmail Uzelli'ye göre RFID teknolojisi bu sorunları ortadan kaldırıyor ve şirketlerin tüm stoğu bir bütün olarak yönetebilmelerine olanak tanıyor. Böylece tüm mağaza stokları e-ticarete rahatlıkla açılabilir hale geliyor. Yüksek envanter doğruluğu sayesinde e-ticarette yaşanan sipariş iptallerinin ve gereksiz stok hacimlerinin önüne geçilmiş oluyor. Daha az ürünle, daha



fazla satış cirosu yakalanabiliyor.

Müşterilerin internet üzerinden sipariş ettikleri ürünler mağazalarda ya da depolarda RFID ile hızla ve kolayca bulunabiliyor. Personel, yüksek envanter doğruluğu sayesinde, sipariş edilen ürünlerin bulunurluğundan emin olabiliyor. İhtiyaç halinde RFID el terminallerinin ürün arama özelliğini kullanarak, hızlıca ürünlerin yerini tespit edebiliyor. Sipariş edilen ürünlerin ideal sürelerde sevk edilmesi sayesinde e-ticaret sipariş karşılama hızı artıyor.

E-TİCARETTE BU HATALARI YAPMAYIN!

Digital Exchange uzmanları, e-ticaret sitelerinin eksiklerini ve sıkça yapılan hataları şöyle sıralıyor:

■ **Eksik ya da noksan ürün içeriği:** Tüketici, tıpkı fiziksel mağazalarda olduğu gibi ürün hakkında bilgi sahibi olmak ister. Bu hem alışveriş hem de karşılaştırabilme için önem taşır. Bir ürün sayfasını ziyaret edenlerin yüzde 76'sı teknik özellikleri, yüzde 71'i incelemeleri ve yorumları, yüzde 66'sı ürün fotoğraflarını, yüzde 13'ü ise ürün videolarını görmek istiyor. Ürün içeriğinin ayrılmaz bir parçası da görsellerdir. Ürünü farklı açılardan gösterebilen, renk seçeneklerini ortaya koyan fotoğrafların yanı sıra ürün videosu ile kullanım bilgileri veya deneyimi anlatmak ürün sayfasını geliştirmeye yardımcı olacaktır.

■ **Yetersiz kargo ücret bilgisi:** Ürün araştırmasını tamamlayan ve ürünü satın almaya karar veren kullanıcılarda en yüksek sepet terk oranı (yüzde 55) beklenmeyen masraflar sebebiyle görülüyor. Kargoyu göndereceğiniz firma kadar maliyetini de net bir şekilde

belirtmek, müşteri deneyimini olumsuz etkilememek adına önem taşıyor.

■ **Stokta olmayan ürünlerin sitede göstermek:** Satın almayı düşündüğü ürünlerden bir ya da daha fazlasının stokta olmadığını öğrenen tüketicilerin yüzde 52'si alışveriş yapmaktan vazgeçiyor. Bu kişilerin sadece yüzde 17'si alışveriş için aynı mağazaya geri dönüyor. Oysa gerçek zamanlı envanter takibi yapmak, bu sorunun önüne geçtiği gibi dönemsel planlamalar yapmayı ve kazanç projeksiyonunu da kolaylaştırıyor.

■ **Filtreleme seçeneği sunmamak:** E-ticaret sitelerinin sadece yüzde 16'sı başarılı bir filtreleme deneyimi sunuyor. Kategorilere özel, ürün tiplerinin özelliklerine göre ayırım yapmayı kolaylaştıran filtreler bu alanda başarıyı artırıyor. Sadece basit bir filtreleme seçeneği bile alışveriş dönüşümünü yüzde 26 artırabiliyor.

■ **Karmaşık ödeme sayfaları:** İdeal bir ödeme uzun ve sıkıcı olmamalı, tüketici neyin nerede olduğunu sezebilmesi, güvenlik konusunda endişe hissetmemeli. Gereken UI/UX çalışması, ▶



yeterli bilgilendirme ve gereksiz aşamalardan arındırılmış bir ödeme sayfasıyla sepet terk oranını yüzde 31 azaltmak mümkün.

■ **Yetersiz ya da noksan iade politikası:** E-ticarette iade oranları, ürünlerin "el değmeden" satın alınması sebebiyle geleneksel perakendeye göre daha yüksek. Ürün iade sürecinin kolay olacağını bilmek, aynı e-ticaret sitesinden alışveriş yapma oranını yüzde 92'ye çıkarabiliyor. Yetersiz bir iade politikası ise alışveriş oranını yüzde 80 düşürüyor.

■ **Eksik iletişim bilgileri:** Tüketicilerin yüzde 50'den fazlası, bir markaya kolay ulaşılabilir olduğunu hissettikleri zaman güvendiklerini belirtiyor. Tüketicilerin kolay ulaşılabilir olduğunuzu hissetmesi için iletişim bilgilerinizi ana sayfada da görünür hale getirebilirsiniz.

■ **Müşteri hizmetlerini önemsememek:** Kötü bir müşteri deneyimi, müşterilerin yüzde 80'inin bir e-ticaret sitesini geri dönmek üzere terk ettiğini ortaya koyuyor. Sadece satış sonrası değil, satış öncesi ve esnasındaki soruları da yanıtlayabilmelisiniz. Sadece site içi mesajlaşma yerine e-posta, çağrı merkezi, sosyal medya kanallarından, kısaca tüketicinin bulunduğu her yerden erişilebilir olmak, bu kanalları entegre eden bir servis sistemi kullanmak ve müşteri destek süreçlerinizi olabildiğince yalınlaştırmak gibi uygulamalar bu konuda başarıyı getirecektir.

■ **Müşteriden gereksiz bilgi talep etmek:** "Ziyaretçiler gerçekten sitenize kayıt olmak zorunda mı", "verdiği bilgilerden hangileri



alışveriş için yüzde 100 gerekli" gibi soruları kendinize sorarak, daha yalın ve pratik bir alışveriş deneyimi oluşturabilirsiniz.

■ **Yazılım ve UX/UI eksiklikleri:**

Kullanıcı deneyimi (UX) ve arayüz (UI) çalışmaları, ufak değişikliklerin bile büyük farklar yaratabileceğini gösteriyor. UX için her yatırılan 1 dolar, 2 ile 100 dolar arası geri dönüş sağlayabiliyor. Ayrıca tüketicilerin yüzde 39'u yüklenmesi uzun olan, yüzde 38'i ise tasarımını beğenmedikleri web sitesine girmekten vazgeçiyor. A/B testleriyle deneyimi iyileştirmek için testler yapmak, kullanıcılara özelleştirilebilir arayüzler sunmak bu alanda yapılabilecek çalışmaların başında geliyor.

■ **Responsive site hazırlanmaması:** Türkiye'deki online perakende mobil cihaz kullanım oranı yüzde 70'i aşarken, toplam cironun yüzde 60'ından fazlası da mobil kanallardan geliyor. Mobil alışveriş yapan tüketicilerin ziyaret sıklığı da diğer kanalların önünde

yer alıyor. Bu sebeple e-ticaret sitenizin mobil arayüze uygun, responsive (cihaza göre boyut ve biçim değiştirebilen) bir yapıda olması önem taşıyor.

■ **Marka konumlandırmasını önemsememek:** Elektronik ticarette uzun vadede başarı, sadece ürün satışıyla değil, ürünleri satan

markanın tüketici nezdinde algısıyla da doğrudan bağlantılı. Marka algısı için yatırım yapmanın neden önemli olduğunu aşağıdaki istatistikler anlatıyor:

- Yeni bir müşteri kazanmak eldeki müşteriyi tutmaktan 7 kat daha pahalı.
- Online alışverişlerin yüzde 48'i daha önce alışveriş yapılan bir siteden gerçekleştiriliyor.
- Bir markanın tüm kanallarda görünürlüğünü sağlamak geliri yüzde 23 oranında artırıyor.
- Tüketicilerin yüzde 43'ü bağlılık hissettikleri markalar için daha fazla para harcıyor.
- Tüketicilerin yüzde 59'u güvendikleri markalardan alışveriş yapmayı tercih ediyor.
- Marka görünürlüğünde tutarlılık yakalayanlar 3.5 kat daha fazla tercih ediliyor.

■ **SEO çalışması ve içerik yatırımı yapmamak:** E-ticaret trafiğinin yüzde 39'u arama motorlarından geliyor. Bunun yüzde 35'inin organik, yüzde 4'ünün ise arama motoru reklamı kaynaklı olduğu belirtiliyor. Web aramalarının satışa dönüşme oranı ise yüzde 23.6'yı buluyor. E-ticaret sitelerinin içerik yatırımlarının ve SEO çalışmalarının "biten bir süreç" gibi değerlendirilmesi bu çalışmaların başarıya dönüşmemesindeki en büyük sebeplerden biri. Dolayısıyla SEO ve içerik yatırımlarının ürün ve hizmetler gibi sürekliliğinin olması, bulunabilirliğin ve dolayısıyla alışveriş dönüşümünün artmasında kritik bir rol oynuyor. ☺



PSM
PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

ÖDEME SİSTEMLERİ SEKTÖRÜNÜN RAKİPSİZ DERGİSİ

Sektörün tüm temsilcilerini
kapsayan zengin içerik

Banka ve kredi kartları, internet bankacılığı, e-ticaret, POS, ATM, mobil/ temassız ödemeler başta olmak üzere bankacılık ve finans sektörüne yönelik haberlerin yayınlandığı PSM; yenilenen, güçlenen içeriği ve yeni yüzüyle Aralık 2013'ten itibaren her ay okuyucularıyla buluşmaya başladı. PSM'nin zengin içeriği, başlıca şu konulardan oluşuyor:

- * Ödeme sistemleri sektörüyle ilgili haber-araştırma, dosya ve röportajlar
- * Banka & Kredi Kartları
- * Temassız & Mobil Ödeme
- * ATM & POS Terminalleri
- * İnternet Bankacılığı
- * Mobil Bankacılık
- * E-Ticaret
- * İnovasyon - Yeni Ürünler
- * Güvenlik Çözümleri
- * Türkiye ve dünyadan ödeme sistemleri verileri, sektörle ilgili düzenli istatistikler

GMD
GÜNDEM MEDYA GRUBU

Abone Formu

PSM
PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE



Yılda 12 sayı yayınlanan PSM Dergisi'ne abone olmak istiyorum.

Adı Soyadı:

Adres ve Fatura Bilgileri:

Posta Kodu:

Şehir:

Tel:

Faks:

Ödeme Bilgileri

Yıllık abonelik bedeli 240 TL'yi

Erişim Medya Radyo Televizyon ve Dergi Yayıncılık A.Ş.'nin

Hesap

772 - 6298270 TL

IBAN

TR54 0006 2000 7720 0006 2982 70

Banka / Şube

GAR/ CUMHURİYET CD/TAKSİM

Bu formu 0212 238 72 07 no'lu faksa ya da Cumhuriyet Cad. No: 147 / 6 Harbiye / Şişli / İstanbul adresine gönderiniz.

Covid-19'un küresel etkisi: Finansal teknoloji yükseliyor



YT Hukuk Bürosu
Av. Ezgi Barlas - Av. Kortan Toygar

Finansal teknoloji (FinTek), finansal hizmetlerin sunulmasında geleneksel finansal yöntemlerle rekabet etmeyi amaçlayan, bu amaç doğrultusunda finans alanındaki faaliyetlerin geliştirilmesi için teknolojiyi kullanan, dolayısıyla teknolojinin gelişmesiyle doğru orantılı olarak daima gelişmekte olan bir endüstri. Teknolojideki gelişmeler, finans sektörünün de gelişerek şekillenmesine, sektörde yeni fırsatlar oluşmasına ve bu yeni fırsatlarla birlikte şekillenen iş modellerinin sektöre girmesine ve mevcut iş modellerinin geliştirilmesine imkan sağlıyor. Daha çok ödeme sistemleri alanında örneklerini gördüğümüz FinTek firmalarının faaliyet kapsamı ve getirdikleri çözümler elbette bunlarla da sınırlı değil.

Teknoloji ise bilimsel ve teknik gelişmelere paralel olarak gelişiyor. Bilimsel ve teknik gelişmelerin de içinde yaşanılan çağa ve insanların yönelim ve ihtiyaçlarına göre şekillendiği kuşkusuz. Bu yüzden, tüm dünyanın içinde bulunduğu Covid-19 salgını sürecindeki yönelim ve ihtiyaçlar günümüz teknolojisini bu anlamda geliştiriyor ve yönlendiriyor. İzolasyon ve sosyal mesafe kavramlarının hayatımıza girmesiyle birlikte hem kullanıcılar hem de finansal servis sunucuları bakımından hızlı ve güvenli hizmet sağlanması, temassız işlem yapılabilmesi ve bir yandan da hata riskinin en aza indirilmesi önem kazandı.

Tüm bu ihtiyaç ve beklentiler, günümüz koşullarında ve ilerleyen süreçte FinTek'lerin yükselişinin kaçınılmaz olacağını, finansal

hizmetler bakımından geleneksel yöntemlerin yerini dijital araçların, özellikle temassız ödeme sistemlerinin alacağını gösteriyor.

Dünya çapında temassız ödemeler teşvik ediliyor

Tüm ülkeler ve uluslararası kuruluşlar Covid-19 salgınına önlemek ve etkilerini azaltmak için önlemler almaya devam ediyor. Bu kapsamda dünya çapında ortak olarak teşvik edilen önlemlerden biri de nakit para yerine temassız ödeme yöntemlerinin kullanılması oldu. Temassız ödeme sistemlerinin kullanılmasının teşviki her ne kadar içinde bulunduğumuz koşullarda "önlem" adı altında anılsa da bir süre sonra yaşam biçimi olarak yerleşmesi öngörülmüyor.

Bussiness Insider'da 8 Nisan'da yayınlanan haberde, hükümetler ile tüketicilerin virüsün yayılmasıyla mücadele etmek için insanlar ve ortak alanlar arasındaki etkileşimleri en aza indirmeye çalıştığı, ödeme firmalarının da temassız ödeme sistemlerinin kullanımına yönlendirdiğine dair yapılan tespit sonrasında, uluslararası kart ağlarının bazı ülkelerde temassız işlem değeri limitlerini yükselttiği, limitlerin yükseltilmesinin özellikle de salgın sürecinde daha fazla tüketiciyi temassız ödeme yapmaya teşvik ettiği belirtiliyor. Haberin devamında, tüketicilerin salgın süreci bittikten sonra da alışkanlık kazanmış olabileceklerinden veya sistemin sunduğu rahatlığın tadını çıkarmaları nedeniyle bu sistemi kullanmaya devam edebilecekleri öngörülmüyor.

The Independent'ta yer alan 20 Nisan 2020 tarihli "Coronavirus: Yeni temassız kart kuralları ve harcama sınırı nedir?" başlıklı haberde de İngiltere'nin önde gelen ticaret birliği Perakendecilik Konsorsiyumu'nun temassız ödemeler için harcama limitini artırdığı yer alıyor.

Mercury PSI'da yayınlanan 6 Nisan 2020 tarihli "Covid-19'un ödemeler ve FinTek üzerindeki etkisi" başlıklı yazıda ise tüketicilerin dijital cüzdanları ve temassız ödemeleri giderek daha fazla kullanmaya hazır olduğu belirtiliyor, yanı sıra dijital ödemeler veya e-ticaret gibi bireysel sektörlerin büyümesi muhtemel olsa da ödeme şirketlerinin tüketici harcamaları düştükçe iş dünyasında genel bir düşüş beklediği vurgulanıyor.

16 Nisan 2020 tarihinde Bloomberg tarafından "Temassız ödemeler yükselişte, çünkü





Türkiye de dahil merkez bankalarının yürüttüğü çalışmalar, nakit para kullanımının günümüz koşullarında kaçınılmaz şekilde azalması, ABD başta olmak üzere dünya genelindeki hukuki ve sektörel gelişmeler ışığında, FinTek'ler için belki de en hızlı genişleme döneminin başladığını söyleyebiliriz...

kimse nakit işlem yapmak istemiyor” başlığı altında yayınlanan araştırmada, bir zamanlar niş olan teknolojinin hızla ana akım haline geldiği ifade ediliyor. Aynı araştırmada, uzmanların daha fazla insan temassız teknolojiyi benimseyip ve bu şekilde ödemeye alıştıkça tüketici davranışlarının değişeceğini söyledikleri ifade ediliyor.

Payments Journal'da “Covid-19 çağında teknoloji patlaması” başlığıyla 17 Nisan 2020'de yayınlanan yazıda da hiçbir şeyin mevcut durumu bir felaketten daha hızlı değiştirmediklerinin ve genellikle uyum sağlamamıza teknolojinin yardımcı olduğunun, Covid-19 salgını için de durumun bu olduğunun altı çiziliyor.

Türkiye'de de özellikle Bankalararası Kart Merkezi (BKM) tarafından yapılan açıklamalarla temassız ödemeler teşvik ediliyor. BKM tarafından açıklanan 2020 yılına ait kartlı ödeme verilerinde temassız kart adedi ve kartlı ödeme işlemlerinin hızla arttığına, nakit çekim adedinin ise azaldığına dikkat çekiliyor.

Yasal düzenlemeler, resmi açıklamalar...

Dünya ülkeleri Covid-19'un yayılmasıyla mücadele etmek için temassız işlem limitlerini sırayla artırıyor. NFCW, her ülke için artışları tek bir tablo halinde toplamış. Buna göre örneğin Kanada'da yüzde 150, Fransa'da yüzde 67, İngiltere'de yüzde 50, Almanya'da yüzde 100 gibi oranlarda temassız işlem limitleri artırılarak temassız ödemeler teşvik edilmiş durumda. Ülkemizde de bu limit yüzde 100 artışla 120 TL'den 250 TL'ye çıkarıldı.

Temassız ödemeleri teşvik edici düzenlemeler kanun tasarılarında da yer almaya başladı. Örneğin ABD'nin New Jersey eyaletinin 13 Nisan 2020 tarihli SB2364 no'lu yasa tasarısı, yerel yönetimlerin bizzat şahıs tabanlı elektronik transfer hizmetleri ve internet tabanlı elektronik transfer sistemleri aracılığıyla ödemeleri kabul etmesini öngörüyor. Düzenleme metninde, bu tasarının yerel yönetimlere uzaktan, elektronik ödemeler yapmak için sağladığı esnekliğin, mevcut Covid-19 krizinin gerektirdiği sosyal mesafeler ışığında özellikle önemli olduğu ifade ediliyor.

Malta'da, Covid-19 krizi kapsamında kredilere ilişkin alınan önlemler arasında, ek ücret ödmeden internet bankacılığı yoluyla ticari finansman hizmetlerinde kolaylık sağlanması da yer alıyor. Yine bir denetim şirketinin kaynaklarına göre Nijerya, Mısır, Madagaskar gibi ülkelerde Covid-19 krizi kapsamında vergi borçlarına ilişkin alınan önlemler arasında, vergi mükelleflerine vergi borçlarını elektronik olarak ödeme imkanı getirildi.

3 Nisan 2020 tarihli BIS Bülteni'de Hindistan, Endonezya, Gürcistan ve diğer bazı ülkelerdeki merkez bankaları veya hükümetlerin nakitsiz ödemeleri teşvik ettiği; İngiltere Merkez Bankası, Bundesbank gibi bazı merkez bankalarının da nakit ödemelerin ekstra bir risk teşkil etmediğine yönelik açıklamalar yer aldı.

Dijital paraya yönelik en yenilikçi düzenlemelerden biri



de ABD'de gündeme geldi. Her ne kadar şu an için güncel bir ilerleme kaydedilmese de mart ayında Covid-19 yardım paketi kanun tasarısı görüşmelerinde, yenilikçi ve ileriye dönük nitelikte bir öneri olarak merkez bankası dijital doları ihracı ve dijital dolar cüzdanları oluşturulması, böylelikle dijital para ihracı yoluyla ihtiyaç sahiplerine maddi yardımda bulunulması fikri ortaya atıldı. Bu öneriyle birlikte ilerleyen dönemlerde merkez bankası dijital parasının bir ödeme aracı olarak benimsenmesi ve yaygınlaşmasının önü açılmış oldu.

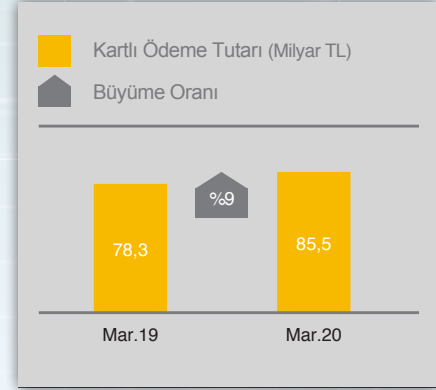
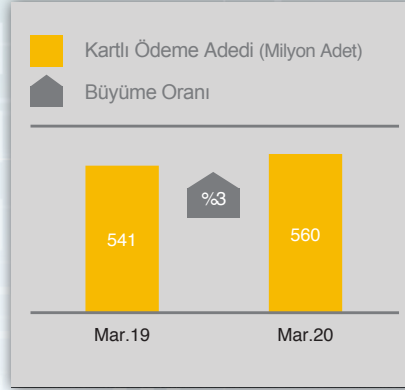
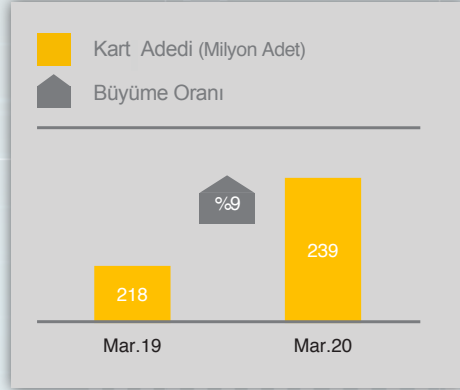
Türkiye'de de Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından hazırlanan en son kanun tasarısında, bankalar/kart çıkaran kuruluşlar ile müşteriler arasında kurulacak ilişkiler ve faktöring/finansman sözleşmeleri kullanımını suretiyle mesafeli olarak ya da bir bilişim veya elektronik haberleşme cihazı üzerinden gerçekleştirilecek diğer yöntemler yoluyla kurulacak sözleşmelerle düzenlenebileceğine yönelik ibareler yer alıyor. Tasarlanan düzenlemeyle temassız ödeme araçlarının yanı sıra ekonomi ve finans alanında mümkün olan tüm dijital araçların ön plana çıkarıldığı görülüyor.

Tüm ülkelerde ekonomi ve finans alanında her geçen gün alınan önlemler artırılırken, Türkiye'de de Merkez Bankası tarafından 31 Mart ve 22 Nisan 2020 tarihlerinde Covid-19'un ekonomik ve finansal etkilerine karşı alınan ilave tedbirlerle ilişkin duyurular yayımlandı.

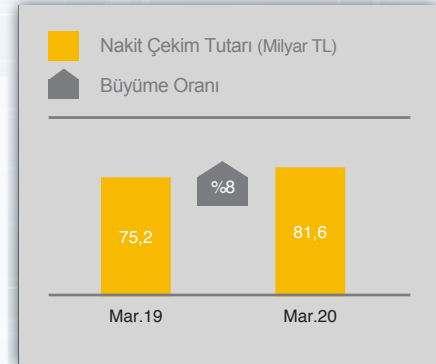
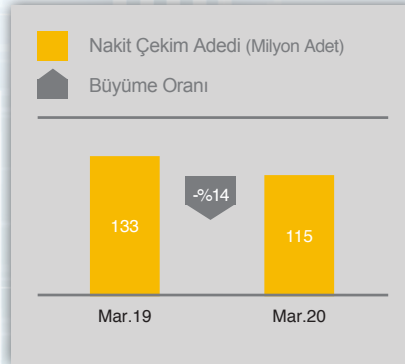
Türkiye de dahil merkez bankalarının yürüttüğü çalışmalar, nakit para kullanımının günümüz koşullarında kaçınılmaz şekilde azalması, ABD başta olmak üzere dünya genelindeki hukuki ve sektörel gelişmeler ışığında, FinTek'ler için belki de en hızlı genişleme döneminin başladığını söyleyebiliriz. ☹

Temassız ödemeler 3 katına çıktı

Mart ayında Türkiye’de kartlı ödeme adedi geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 3 arttı. Nakit çekim adedi yüzde 14 geriledi. Temassız ödeme adedi geçen yıla göre yaklaşık 3 katına çıkarken, 2.5 milyon adet temassız özellikli kart da ilk kez kullanıldı...

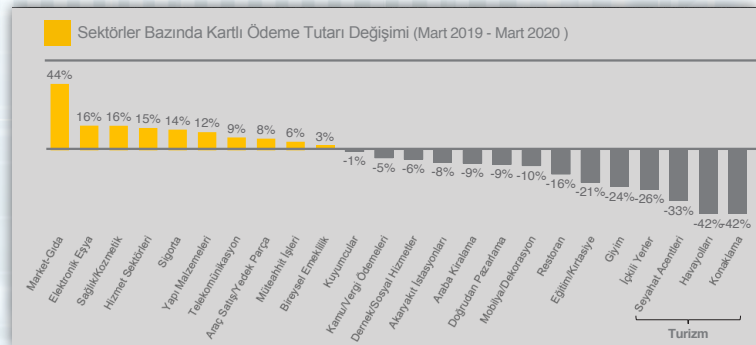


BKM verilerine göre mart sonu itibarıyla toplam kart adedi yıllık yüzde 9 artarak 239 milyona ulaştı. Kartlı ödeme işlem adedi geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 3 artarken, nakit çekim adedi ise geçen yıla göre yüzde 14 azaldı. Aynı dönemde kartlı ödeme tutarı önceki yıla kıyasla yüzde 9 artış gösterdi ve toplam 85.5 milyar TL’ye ulaştı. Nakit çekim tutarı ise yüzde 8 ile bir önceki aya göre daha sınırlı artarak 81.6 milyar TL oldu.



Market-gıda ödemeleri arttı

Mart ayında kartlı ödeme tutarının geçen yıla göre en fazla arttığı üç sektör market-gıda, elektronik eşya ve sağlık-kozmetik oldu. Geçen yılın aynı dönemine göre market-gıda sektöründe yüzde 44, elektronik eşya ve sağlık-kozmetikte ise yüzde 16 oranında artış gerçekleşti. Yaşanan salgınla beraber alınan tedbirlerin de etkisiyle havayolları ve konaklama sektörlerinde yüzde 42, seyahat acentelerinde ise yüzde 33 oranında daralma gözlemlendi.



**2020
MART
AYINDA...**

%3

Kartlı ödeme adedi geçen yıla göre %3 artış gösterdi

-%14

Kartlı nakit çekim adedi geçen yıla göre %14 azalış gösterdi

1/5

Mağaza için yapılan her 5 kartlı ödemeden 1'i temassız yapıldı

2,5

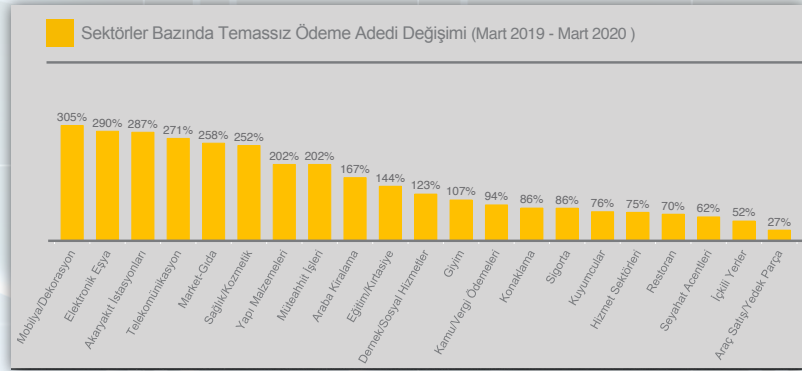
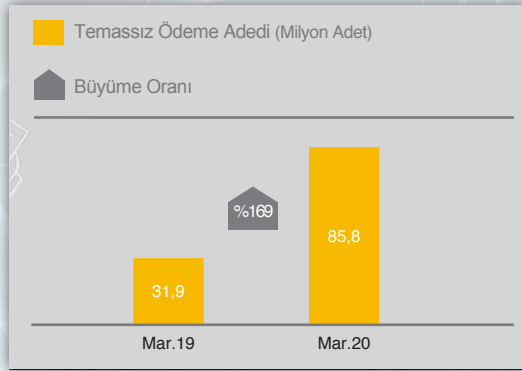
MİLYON Temassız ödemelerde 2,5 milyon farklı kart ilk kez kullanıldı

x2,5

Market-gıda sektöründe internetten kartlı ödeme tutarı geçen yılın 2,5 katına çıktı

3

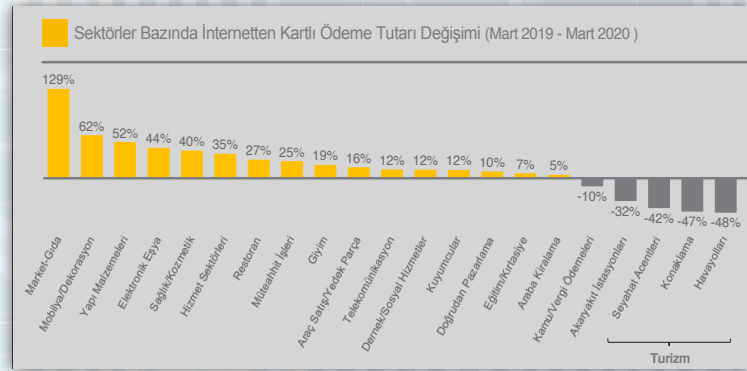
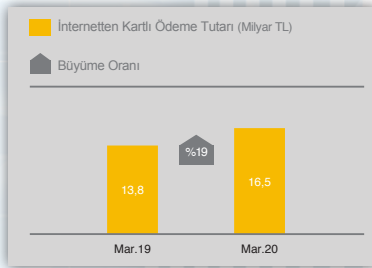
MİLYON 3 milyon farklı kart ilk kez internetten ödemelerde kullanıldı



Temassız ödeme adedi geçen yıla kıyasla yaklaşık 3 katına çıktı

Olağanüstü günler yaşadığımız bu dönemde hızlı, kolay ve hijyenik olan temassız kartlarla yapılan ödeme adedi, geçen yılın aynı dönemine göre yaklaşık 3 katına çıktı ve 85.8 milyona ulaştı. 18 Mart itibarıyla temassız ödemelerde şifresiz işlem limitinin 250 liraya yükseltilmesiyle birlikte daha fazla ödemede temassız ödeme teknolojisi

kullanılabilir oldu. Mart ayında her 5 mağaza içi ödemeden 1'i temassız yapılırken; 2,5 milyon farklı kart ilk kez temassız ödemelerde kullanıldı. Temassız ödemeler özellikle sosyal izolasyon sürecinin başladığı mart ayının ikinci haftasında zirve yaparken, en fazla temassız ödeme yapılan sektörler market, restoran ve sağlık/kozmetik oldu.

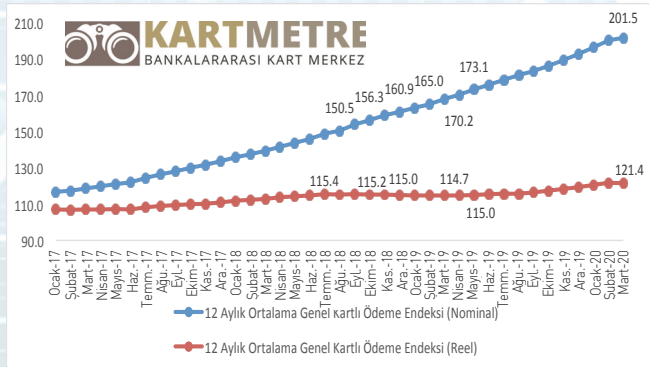


3 milyon kart ilk kez internette ödemelerde kullanıldı

Mart ayında her 5 TL kartlı ödemenin 1 TL'si internette yapılırken, 3 milyon kart ilk kez internette ödemelerde kullanıldı. İnternette kartlı ödeme tutarı, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 19 artarak 16.5 milyar TL'ye ulaştı.

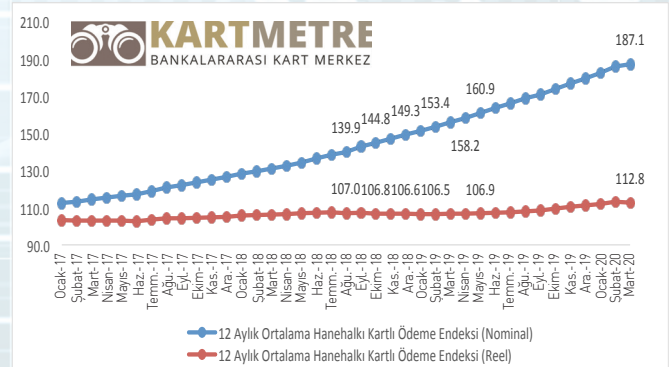
İnternette kartlı ödeme tutarında en fazla artış görülen sektörlerin başında ise market-gıda geldi. Market-gıda sektöründe internette yapılan ödemeler geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yaklaşık 2.5 katına çıktı ve 1.7 milyar TL oldu.

BKM KARTLI ÖDEME ENDEKSİ (KARTMETRE)



12 Aylık Ortalama Genel Kartlı Ödeme Endeksi

Genel Kartlı Ödeme Endeksi'nin 12 ay hareketli ortalama gelişimi incelendiğinde mart ayında 1 yıl öncesine göre nominal olarak yüzde 20,1 reel olarak ise yüzde 5,8'lik büyüme gözlemleniyor.



12 Aylık Ortalama Genel Kartlı Ödeme Endeksi

Hanehalkı Kartlı Ödeme Endeksi'nin 12 ay hareketli ortalama gelişimi incelendiğinde mart ayında 1 yıl öncesine göre nominal olarak yüzde 19,9 reel olarak ise yüzde 5,6 büyüme gözlemleniyor.

Kartmetre ile ilgili detaylı bilgilere BKM web sitesinden erişilebilir: <https://bkm.com.tr/raporlar-ve-yayinlar/kartmetre/>



Uzun zamandır kullanımda olmasına karşın tüketicilerden beklenen ilgiyi görmeyen mobil cüzdan uygulamaları cazibe tazeledi. Covid-19 salgınıyla birlikte ödemelerde dijital yöntemlerin tercih edilmeye başlaması bu süreci hızlandırdı. Finanso.se tarafından yapılan araştırma, Avrupa mobil cüzdan pazarının 2023 yılında 111.4 milyar doları geçeceğini gösteriyor...

Avrupa MOBİL CÜZDAN pazarı 111 MİLYAR DOLARI geçecek



Küresel ödeme endüstrisi son 10 yılda FinTek'in faydalarından giderek daha fazla insanın kullandığı büyük bir değişim geçirdi. Nakitsiz toplumlara yönelik küresel geçiş, mobil cüzdanlar için yeni, daha güvenli ve daha kolay bir ödeme yöntemi olarak büyük bir alan yarattı. Covid-19 salgınıyla insanlar virüsü yaymaktan korkmak için banknot kullanma güvenliğini sorgulamaya başladığında elektronik ödemeler daha da cazip hale geldi. Finanso.se tarafından toplanan verilere göre, Avrupa mobil cüzdan pazarı bu yıl yüzde 37.3 artışla 48.1 milyar dolara ulaşacak. Güçlü yükseliş eğiliminin önümüzdeki yıllarda da devam etmesi ve pazarın 2023 yılına kadar 111.4 milyar dolar değerine ulaşması bekleniyor. Mobil cüzdanlar, hırsızlık veya para kaybetme olasılığını

azaltırken para taşıma ihtiyacını da ortadan kaldırıyor. Bu kolaylıklar, hem iş hem de tüketici segmentinde Avrupa pazarının etkileyici büyümesini yönlendiriyor.

2017 yılında Avrupa mobil cüzdan pazarı 17.4 milyar dolar değerindeydi. Takip eden 1 yılda işlem değeri yaklaşık yüzde 45 artarak 25 milyar dolara ulaştı. Bu güçlü yükseliş trendi, pazar değerini 35 milyar doların üzerine çıkararak 2019'da da devam etti. İstatistikler, Avrupa mobil cüzdan pazarındaki işlem değerinin son 3 yılda yüzde 175 arttığını gösteriyor.

Kullanıcı sayısı 2023 yılında 63 milyona ulaşacak

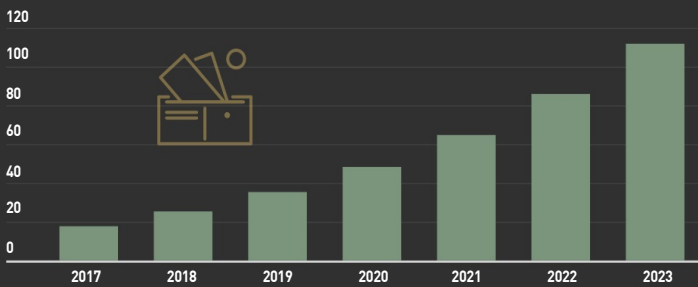
Son yıllarda Avrupa genelinde mobil cüzdan kullanıcılarının sayısında da artış görülüyor: 2017 yılında yaklaşık 34.5 milyon Avrupalı temassız ödeme yöntemini kullanıyordu. Bu sayı son 3 yılda yüzde 50'den fazla büyüyerek 2020'nin ilk çeyreğinde 51.7 milyona ulaştı. İstatistikler, 2023'e kadar kullanıcı sayısının 63 milyonun üzerine çıkmasıyla birlikte, artış eğiliminin önümüzdeki yıllarda da devam edeceğini gösteriyor.

Avrupa mobil cüzdan pazarında kullanıcı başına ortalama işlem değeri de 2020 yılında 931 dolara ulaştı. 2023 yılı sonunda bu tutarın yüzde 90 artışla 1768 dolara ulaşması bekleniyor.

Coğrafi açıdan değerlendirildiğinde ise Birleşik Krallık, 2020'de 14.9 milyar dolarlık işlem değerine ulaşması beklenen önde gelen Avrupa mobil cüzdan pazarını temsil ediyor. Bu yıl 4 milyar doların üzerinde mobil cüzdan işlemiyle Rusya, Avrupa'nın ikinci büyük pazarı olacak. Onu 2.6 milyar dolarla İspanya, 2.5 milyar dolarla İsveç, 2.3 milyar dolarla da Fransa takip edecek.

Avrupa mobil cüzdan pazarında toplam işlem değeri (Milyar dolar)

Milyar \$





Katar Merkez Bankası mobil ödeme sistemi kurdu

Katar Merkez Bankası (QCB), devlet düzeyinde elektronik ödeme için merkezi sistemin tüm altyapısını ve gereksinimlerini tamamladıktan sonra, anında elektronik ödeme için yeni ve güvenli bir yöntem sağlayan "Katar Mobil Ödeme Sistemi"ni (QMP) başlattı. Katar Mobil Ödeme Sistemi, kullanıcının cep telefonunda elektronik cüzdan kullanarak P2P para transfer edebilmesini, anında para çekmenin yanı sıra mal ve hizmetler için ödeme de

yapabilmesini amaçlıyor. POS ve akıllı telefonlar üzerinden QR kodla ödemeyi de mümkün kılacak yeni ödeme sisteminin, cüzdan için tüm kullanıcılara elektronik hesap açtığı için finansal sisteme katılımı artıracığı öngörülüyor. Katar İslam Bankası'nın ilk katılımcısı olduğu yeni ödeme yönteminin, Katar Merkez Bankası'nın FIFA Dünya Kupası "Katar 2022" için güvenli ve nakitsiz bir sistem yaratma hedefine de yardımcı olması bekleniyor.

Teknoloji şirketleri art arda kendi kartlarını çıkarıyor

ABD'li teknoloji devi Apple'ın ABD'li yatırım bankası Goldman Sachs ile işbirliği yaparak geçen yılın sonunda kendi kredi kartını çıkarması, diğer teknoloji şirketlerini de harekete geçirdi. 2104 yılında Google Wallet adıyla elektronik cüzdan çıkararak ancak 2016 yılında bu uygulamasına son veren ABD'li teknoloji devi Google da yeni bir kart çıkarmaya hazırlanıyor. TechCrunch'ın habere göre şirket, Google Pay destekli, eski kartına oldukça benzeyen bir hesap kartı üzerinde çalışıyor. Yeni kartın, bazı bankalarla

yapılan işbirlikleriyle birlikte ortak bir vadesiz hesaba da sahip olacağı ifade ediliyor. Geçen yılın sonlarında ABD basınına konuyla ilgili açıklama yapan Google yöneticileri, insanlara vadesiz hesaplar sunma konusunu araştırdıklarını söylemişti. Basına sızan bilgilere göre Google, yeni kartı için Citibank ve Stanford Federal Credit Union ile işbirliği yapacak. Yeni kartın adının ne olacağı henüz bilinmiyor ama Google'ın ismi ve iş ortağı olan bankanın adıyla birlikte markalı bir şekilde sunulması bekleniyor.



Huawei de kart hazırlıklarına başladı

Başlı ABD yönetimiyle derinde olan Çinli teknoloji şirketi Huawei de yeni ürünlerinden P40 için düzenlediği lansman toplantısında bir kart sürprizi yaptı. Ancak Huawei'nin Google gibi banka kartı değil kredi kartı çıkaracağı tahmin ediliyor. Evet, Huawei Tüketici İş Grubu CEO'su Richard Yu, yeni akıllı telefon P40'ın lansmanında Huawei Kart'ı da tanıttı. Huawei'in yeni finansal hizmeti, kullanıcılara hem fiziksel hem de sanal kart sunulmasını öngörüyor. Dünyanın en büyük ödeme şirketlerinden olan Çinli UnionPay de NFC ve QR kod teknolojileri için Huawei'in kartına destek verecek.


Amex de kullanıcılarını tasarrufa yönlendirmeye başladı

Dünyanın en prestijli kartlarından biri olarak görülen ve daha çok yüksek gelir grubu tarafından tercih edilen American Express, koronavirüs salgını nedeniyle kart sahiplerinin harcamalarından tasarruf etmelerine yardımcı olacak yeni özellikler sunacağını açıkladı. Şirket ilk olarak üyelerine Amazon.com alımlarında 50 dolara kadar tasarruf imkanı sunacak. "Üyelik Ödülleri" uygulamasına kaydolmuş kullanıcılar, Grubhub ve Seamless alımlarında yıl sonuna kadar iki kat ödül puan kazanacak. Amex; temel ihtiyaçlar, yiyecek, dijital eğlence, iş hizmetleri ve sağlıklı yaşam gibi temel kategorilerde üyelerine çeşitli önerilerde bulunacak. Üyeler alışverişleri sırasında biriktirdiği puanları American Express Gold Card ya da Blue Cash, Preferred Card gibi çeşitli Amex kartlarında kullanabilecek.





SALGINLA MÜCADELE için TEKNOLOJİNİN nimetlerinden yararlanıyoruz

 Tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgını, ülkelerin dijital altyapısını sorgulayıp test etmesine yol açtı. Bu süreçte, farklı uygulamalarla hastalığı kontrol altına alıp tedavi etmek için yeni nesil

teknolojiler kullanıldı. Birçok ülke benzer çözümlere başvururken Çin ve Avrupa'nın çok daha geniş bir yelpazede teknolojinin nimetlerinden yararlandığı dikkat çekti. Deloitte tarafından yapılan bir çalışma öne çıkan uygulamaları sıraladı...

Çin, teknoloji kullanımında başı çekti

5G Teknolojisi

China Mobile, Huoshenshan ve Leishenshan hastanelerinde 5G baz istasyonları açması ile koronavirüs ile mücadele etkin rol oynamıştır. 24 saat boyunca Çin'de yeni yapılan hastanelerin şantiyelerinin gerçek zamanlı görüntülenmesi sağlanmış ve tüm dünya ile paylaşılmıştır.

Ayrıca, büyükşehirlerdeki ve hastanelerdeki uzman kaynağını en etkin şekilde kullanmak amacıyla kullanılmaya başlanan uzaktan danışma sistemi "5G + sağlık", tıp uzmanlarının ön sağlık personeli ile çalışmasını ve hastalarla uzaktan istişareler yapmasına olanak tanıyarak tanı ve tedavinin etkinliğini artırmıştır.

5G Devriye Robotları

Guangzhou Gosunc Robotics tarafından IoT, AI, bulut bilişim ve büyük veri teknolojileri entegre edilerek üretilen 5G devriye robotları, çevresel ve davranışsal algılama, dinamik karar verme, otonom hareket kontrolü ile vücut sıcaklığının temassız ve güvenilir bir şekilde ölçülmesini sağlayarak metro ve tren istasyonları, havaalanları ve alışveriş merkezleri gibi insan yoğunluğunun ve hareket kabiliyetinin yüksek olduğu noktalarda kullanılmaktadır. Bu robotlar vatandaşlara ellerini yıkamaları gerektiğini hatırlatarak maske takmayan veya yüksek vücut sıcaklığına sahip birini keşfederse de yetkililere uyarı gönderme yetisine sahiptir.

Drone Teknolojisi

Drone'lar da, 5G Devriye Robotları gibi, vatandaşları maske takmaları konusunda uyarılmaktadır. Drone'lar ayrıca, geniş alanlara dezenfektan püskürtmekte ve termal kameralar yardımıyla insanların vücut sıcaklıklarını ölçmekte kullanılmaktadır.

Terra Drone'un iş ortağı Antwork, virüse maruz kalmayı azaltmak için hastaneler arası tıbbi ürünlerin drone ile taşınmasını sağlamaktadır.

Akıllı Uygulamalar

Çin'de sokağa çıkma yasaklarının ortadan kalkması ile yerel yetkililer, WeChat ve Alipay üzerinden vatandaşların hareketlerini kontrol ederek daha fazla yayılmayı önlemeye ve olası bir yeni vaka durumunda aynı bölgede bulunmuş kişilere hızlı bilgi vermeye çalışmaktadır. Bu uygulama, vatandaşların kendi karekodlarını gittikleri her yerde okutmasını gerektirmektedir. Uygulama big data-büyük veri teknolojilerini kullanarak insanların; buldukları yer, seyahat geçmişleri ve temel sağlık durumları gibi bilgileri temel alarak kişilere bir renk kodu (yeşil, sarı veya kırmızı) atamakta ve bu renk/sağlık kodları ile kişilerin evden çıkabilme durumlarını belirlemektedir.

Çin'in önde gelen internet şirketi Qihoo 360, Çin'in göç trendini görüntülemek için cep telefonları veya bilgisayarlar aracılığıyla erişebilen "Büyük Veri Taşıma Haritası" yayınlamıştır.

Wechat'ın işletmecisi olan Tencent, insanların ücretsiz çevrimiçi sağlık danışmanlığı, güncel seyahat prosedürleri ve aksaklıklar hakkında bilgi almalarını sağlayan sohbet robotları (chatbot) geliştirmiştir.

Uzaktan Eğitim / Çalışma

Virüs yayılma hızının ve sosyal izolasyona yönelik önlemlerin artmasıyla, bulut tabanlı video konferans ve çevrimiçi öğrenime olan talep de hızla bir şekilde artmıştır. Bulut hizmeti sağlayan şirketler, öğrencilere güvenli bir öğrenme ortamı yaratmak için kapasitelerini yükseltmiş ücretli olarak sunulan "Çevrimiçi Sınıf" uygulamalarını başlatmıştır.

Şirket içi ve şirketler arası etkileşimi en üst düzeyde tutabilmek için Tencent Meeting ve WeChat Work 300 katılımcıya kadar sesli ve görüntülü konferanslar için ücretsiz ve sınırsız toplantı yapma hakkı sunmuştur.

Avrupa'da kullanılan yöntemler

Simülasyon

Dünya Sağlık Örgütü tarafından yayımlanan Sağlık İşgücü Tahmin Aracı, günlük hafif, orta, şiddetli ve kritik COVID-19 hasta sayısına göre ihtiyaç duyulan sağlık çalışanlarının sayısını tahminlemek, gelecek dönemlerde ortaya çıkma ihtimali olan dalgalanmalar ile ilgili hangi işgücünün gerekli olduğunu ve hangi grupların arzın altında kaldığını göstermek ve hastalığın farklı işgücü grupları üzerindeki etkisinin görselleştirilme üzere kullanılmaktadır.

Politika yapıcılar ve kıdemli planlama uzmanları için yayımlanan Adapt Dalgalanma Planlama Destek Aracı ise kullanıcılar için orta, şiddetli ve kritik COVID-19 hastaları için gerekli yatak sayısını, yaklaşık yatak sayısında sıkıntı yaşanacak tarihleri ve ihtiyaç duyulan ayrıntılı insan kaynağını tahmin etmek üzere geliştirilmiştir.

Geliştirilen araçlar, mevcut durumda farklı tahminleme araçları ile entegre edilebilmektedir.

Giyilebilir Teknoloji

Robert Koch Enstitüsü Thyre şirketi ile işbirliği yaparak, ülke çapında daha fazla veri toplama yardımcı olmak için Corona-Datenspende (Korona Veri Bağışı) adlı bir uygulama geliştirmiştir. Uygulama, Apple, Fitbit ve Garmin gibi şirketlerin akıllı saat ve spor bilekliği ile çalışmaktadır. Uygulama, kullanıcıların hastalık belirtisi olup olmadığını analiz etmek için nabız, sıcaklık ve uyku dahil olmak üzere verilerini toplayarak bir algoritma aracılığıyla kullanıcı verilerinde koronavirüs enfeksiyonuna bağlı çeşitli semptomları tanımlamaktadır. Sonuçlar, etkileşimli çevrimiçi bir haritada gösterilecektir.

Akıllı Sağlık Uygulamaları

Avrupa'da yaygın olarak kullanılmaya başlanan Teletıp çözümleri, COVID-19 hastalarını uzaktan izlemeyi mümkün kılarak sağlık sistemlerindeki yoğunluğun azaltılmasına yardımcı olmakta ve yüz yüze etkileşimi ortadan kaldırarak enfekte olma riskini de minimuma indirmektedir. Dijital Teletıp platformları, tarama ve izleme için COVID-19 klinik protokolleri uygulanmasını sağlayarak yetkililerin uzaktan önleyici bakım yapmalarına izin vermekte ve hemşirelerin saatte ortalama 50 hastayı tetkik etmesini sağlayarak da mevcut sağlık kaynaklarının daha verimli kullanılmasına yardımcı olmaktadır.

Büyük Veri - Big Data

Newcastle Üniversitesi Kentel Gözlemevi sosyal mesafe önlemlerinin metropoldeki insanlar ve araç hareketi üzerindeki etkisini gerçek zamanlı olarak anlamaya yardımcı olacak bir dashboard geliştirmiştir. Dashboard, 1,8 milyardan fazla gözlemsel veri ve diğer veri kaynaklarının derin öğrenme algoritmalarıyla analiz edilmesi sonucu ortaya çıkmıştır. Araç ve yaya trafiği akışı, otopark doluluğu ve otobüs hareketliliği gibi birçok farklı değişkeni izlemek için binlerce sensör ve veriden faydalanılmaktadır. Ayrıca, sistem enerji tüketimi, hava kalitesi, iklim ve diğer birçok değişkeni de dikkate almaktadır. Yapılan araştırmalara göre özellikle 23 Mart'ın sonlarında yürürlüğe konan katı düzenlemelerle yaya hareketliliği yıllık ortalamaya göre %95, araç trafiği ise %60 azalmıştır.

Ayrıca, Newcastle Üniversitesi Kentel Gözlemevi bilgisayar vizyonu ve görüntü işleme yöntemlerini kullanarak kamusal alanlarda sosyal mesafeleri otomatik olarak ölçebilen algoritmalar geliştirmiştir. Yaya arasındaki mesafeyi ölçebilen algoritma, sosyal mesafeyi koruyan / korumayan kişileri anonim olarak tanımlayabilmekte ve bir trafik ışığı gösterge sistemi ile işaretleyebilmektedir. Sistem, fiziksel mesafenin gerçek zamanlı olarak nasıl değiştiğini göstermekte ve insanlar üzerindeki uzun vadeli davranış değişiklikleri hakkında ayrıntılı bilgi vermektedir.

KARTLARIN SAĞ ALT KÖŞESİNDE TÜRKİYE'NİN HER KÖŞESİNDE

Türkiye'nin Ödeme Yöntemi TROY



troyodeme.com | [#sağaltköşe](https://twitter.com/sağaltköşe)

[f/TroyOdeme](https://facebook.com/TroyOdeme) [/TroyOdeme](https://twitter.com/TroyOdeme) [/troy_odeme](https://instagram.com/troy_odeme)



Dijital dönüşüm lideri

Finansal teknoloji alanında dünyanın en hızlı büyüyen platformlarından biri olan Wirecard, 26 ülkede 5.300 çalışanıyla, 279.000'den fazla müşterisine dijital ödeme çözümleri sunuyor. Dijitalleşmenin tüm olanakları ve mükemmel ödeme deneyimiyle tanışın.

www.wirecard.com.tr

wirecard