

PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

HAZİRAN 2020

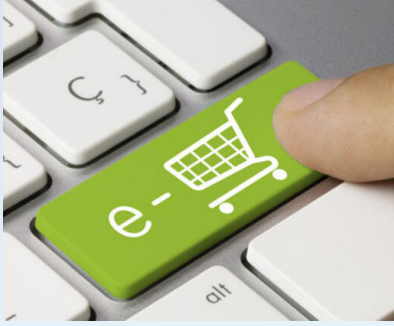
Sayı: 110 / Fiyatı: 10 TL

www.psmmag.com

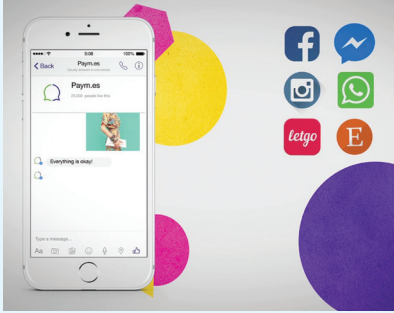


Betügül Toker

“Salgın, iş modelimizin ne kadar isabetli olduğunu kanıtladı”



Anında POS
ile 5 dakikada
e-ticaret üye işyeri
kurabilirsiniz



WhatsApp
üzerinden satış
yapabileceğinizi
biliyor muydunuz?



ONLINE PLATFORMLAR
bağışları demokratikleştirdi



Verisoft,
Thales ile
global sahnede
yerini alıyor



Meydan okuyan
bankacılık yükseliyor!

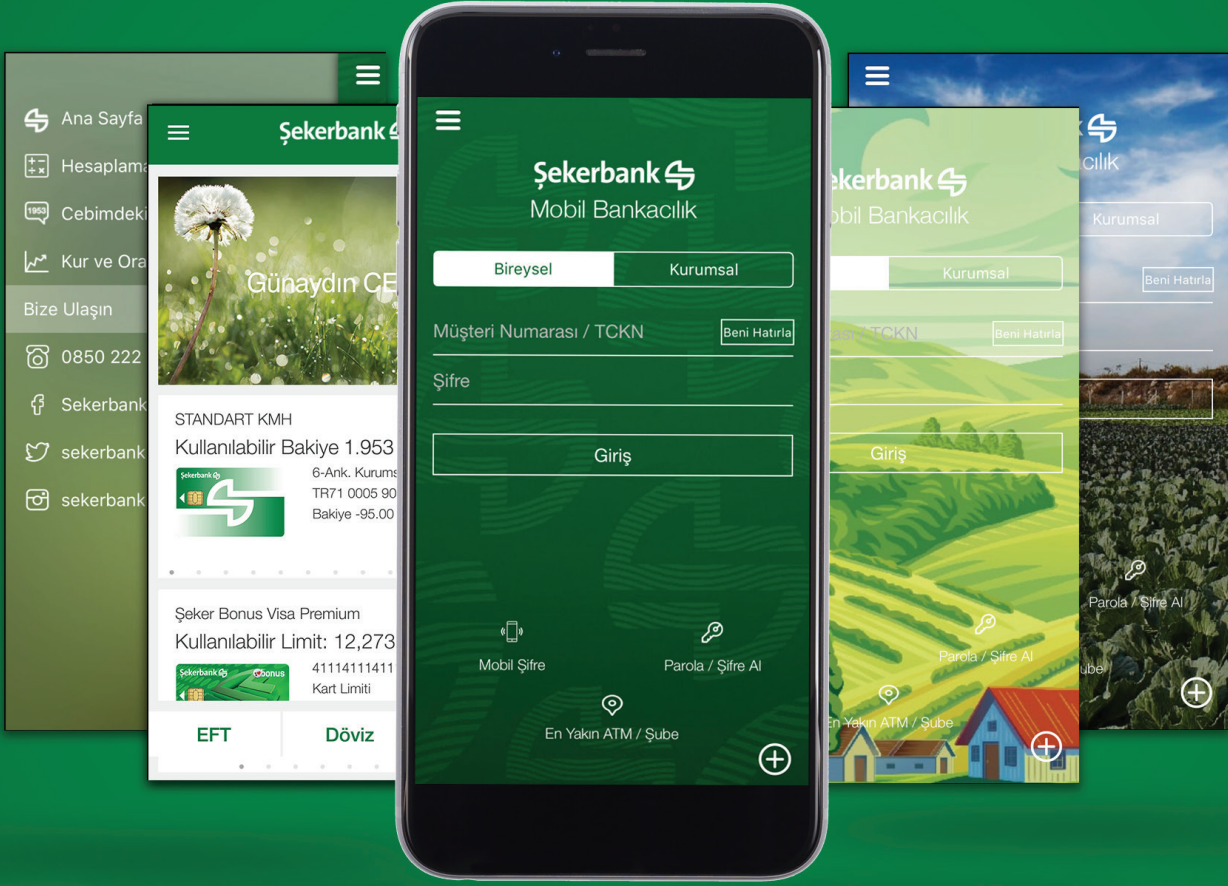


FinTek yatırımı için en
cazip AB ülkesi: Litvanya



Göçmenler işsiz kaldı,
uluslararası para
transferi yüzde 20 azaldı

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



Şekerbank 

EDİTÖRDEN...



Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

Bütün yollar koronaya çıkıyor!

Koronayla yatıp koronayla kalkınca derginin içeriği de ister istemez ona göre şekilleniyor. Online alışveriş, bankacılık hizmetleri, evden çalışma, dijital güvenlik... Hangi konuya el atsak bir şekilde Covid-19 salgınının etkilerine çıktı yol. Bu dönemde yüz yüze görüşme fırsatı bulamasa da yine dolu dolu bir dergiyle karşınızdayız...

Ramazan ve Anneler Günü'nün denk geldiği mayıs ayı online alışveriş açısından rekorlara sahne oldu. Salgın nedeniyle sosyal izolasyon telkinine uyanlar, deyim yerindeyse iğneden ipliği her türlü ihtiyacını internet üzerinden sipariş vererek karşıladı. Sanırım burada bir parantez açıp fedakâr kargo ve kurye çalışanlarına teşekkür etmek gerekiyor... Gazeteciler, özellikle de bizim gibi dergiciler evden, uzaktan çalışmaya alışık. Dolayısıyla salgın nedeniyle bizim çalışma düzenimiz pek etkilenmedi. Ancak uzaktan çalışma için sistemlerini çalışanların evinde kullanıma açan şirketler için veri güvenliği riski ortaya çıktı. Keza Zoom örneğinde olduğu gibi video konferans yöntemiyle yapılan iş

görüşmeleri, basın toplantıları gibi etkinlikler de aynı açıdan sorgulanmaya başladı. Covid-19 salgını dünya çapında pek çok insanın işsiz kalmasına yol açtı. Dolayısıyla çaresiz durumdaki insanlar için yapılan bağışların önemi daha da arttı. Bu açıdan dijital bağış platformları önemli bir rol üstleniyor. Öncesinde de bu kanallar üzerinden hem bağış yapan kişi sayısı hem de bağış miktarında hızlı bir artış söz konusuydu. Salgın sürecinde bu ilginin daha fazla artması elbette temennimiz. Dijital platformların bir diğer faydasının da bağışların yerinde kullanıp kullanılmadığının denetlenebilmesi olduğunu belirtelim. Türk bankalarının Covid-19 sürecine "hazırlıklı" yakalandığı belirtiliyor. Türkiye'de yeni nesil, "meydan okuyan" bankacılık girişimleri için zeminin ABD ve Avrupa'daki kadar uygun olmadığı düşünülüyor. Gelişmiş ülkelerde çalışan göçmenlerin memleketlerine gönderdiği paranın tutarı dramatik ölçüde azalmış... Burada kısa kısa alıntılar yaptığımız haber, araştırma ve analizlerin ayrıntısını ilerleyen sayfalarda bulabilirsiniz. Keyifli okumalar.



www.psmmag.com

Erişim Medya Radyo Televizyon ve Dergi Yayıncılık A.Ş. adına
İMTİYAZ 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

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

YÖNETİM YERİ

Sirket 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 • HAZİRAN 2020



48

DİJİTAL GÜVENLİK

Evden çalışan işletmeler için veri güvenliğinin 10 püf noktası



6

VİTRİN

AUSTRIACARD AG, Yunan bankacılık sektöründe bir ilki başlattı

16

DİJİTAL BAĞIŞ

Online platformlar bağışları demokratikleştirdi

21

ADVERTORIAL

Verisoft, Thales ile global sahnede yerini alıyor

22

E-TİCARET

Anında POS ile 5 dakikada e-ticaret üye işyeri kurabilirsiniz

24

PARA TRANSFERİ

Göçmenler işsiz kaldı, uluslararası para transferi yüzde 20 azaldı

26

YENİ NESİL BANKACILIK

Meydan okuyan bankacılık yükseliyor!

28

ANALİZ

"Bankacılar Covid-19'a hazırlıklı yakalandı"

30

FİNTEK DÜNYASINDAN GELİŞMELER

eIDAS'ın Avrupa'ya kazandırdıkları

32

SOSYAL TİCARET

WhatsApp üzerinden satış yapabileceğinizi biliyor muydunuz?

36

ZİRVE YOLUNDA

"Salgın, iş modelimizin ne kadar isabetli olduğunu kanıtladı"



40

ONLİNE ALIŞVERİŞ

Ramazanı bilgisayar ve telefon başında alışverişle geçirdik

43

ARAŞTIRMA

Sosyal izolasyonda online aktivite rekoru kırıldı

44

YATIRIM ANALİZİ

FinTek yatırımı için en cazip AB ülkesi: Litvanya

46

KRİPTO

Japonya'dan Türkiye'ye 6.5 milyon TL'lik dijital varlık yatırımı

52

MEVZUAT

Ticari elektronik iletiler için yeni dönem

54

EXTRE

Salgın döneminde 5 milyon kart internet ile tanıştı

56

DÜNYADAN

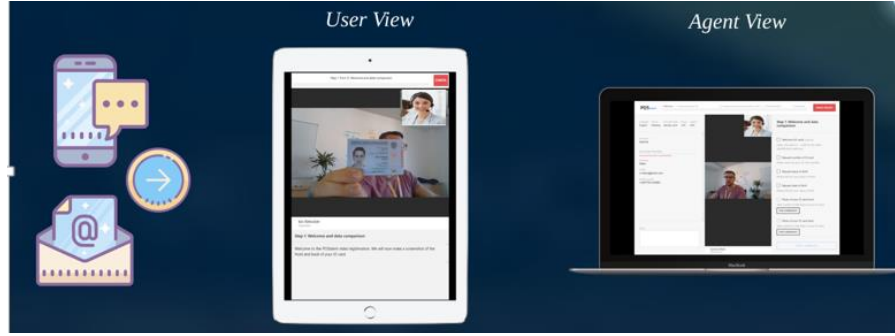
Covid-19, FinTek yatırımlarına da sekte vurdu

► AUSTRIACARD AG, Yunan bankacılık sektöründe bir ilki başlattı

AUSTRIACARD AG Holding bünyesinde dijital dönüşüm hizmetleri sunan Inform, National Bank of Greece (NBG) ile önemli bir işbirliğine imza attı. Yunanistan bankacılık sektörü için bir ilk olan proje sayesinde NBG müşterileri, şubeye gitmeye gerek kalmadan cep telefonundan yeni hesap açıp banka kartı talebinde bulunabiliyor, internet ve mobil bankacılık uygulamalarını kullanmaya başlayabiliyor. Ürün ve hizmet altyapısı Inform tarafından sağlanan uygulamada işlemler tamamen akıllı telefonlar üzerinden yürütülüyor. NBG müşterileri ya da yeni müşteri adaylarının kimliği canlı video konferans yöntemiyle banka çalışanları tarafından doğrulanıyor, gerekli sözleşmeler de dijital imzayla imzalanıyor.

NBG, bu projeye Yunanistan'da dijital ortamda müşteri kazanma projesini başlatan banka oldu. NBG'nin dijital dönüşümden sorumlu Direktörü George Marinos, işbirliği ve projeye ilgili şu bilgileri paylaştı:

"Inform'un desteğiyle, bankacılık sektöründeki en yenilikçi dijital dönüşüm ürünlerinden biri olan dijital müşteri kazanım hizmetini Yunanistan'da başlattık. Bu yeni hizmetimiz şimdiden 30 bin potansiyel NBG müşterisinin ilgisini çekti. Artık herkes sadece akıllı cep



telefonunu ve NBG'nin i-Bank mobil bankacılık uygulamasını kullanarak evinin rahatlığında bir banka hesabı açma ve bir banka kartı düzenleme olanağına sahip. Modern video tanımlama teknolojilerine ve dijital sertifikalara dayanan bu hizmetin uygulamaya alınması ve sonrasında gerekli desteklerin sağlanması için Inform'un teknik bilgisine, personeline ve yurtdışındaki benzer projelerdeki deneyimine güvindik. Sonuçta, çok kısa bir sürede karmaşık ve yenilikçi bir ürün sunarak, yaşadığımız

bu zor dönemde müşterilerimize güvenli bir şekilde yüksek kaliteli hizmetler sunmamızı sağlayan mükemmel bir ortaklığa imza atmış olduk."

Inform Ticari Direktörü Kostas Lymperopoulos ise işbirliğiyle ilgili "NBG bu yenilikçi ve güçlü çözümü sunmamız için bize güvendiği için çok mutluyuz. Projeye başlamadan önce teknik zorluklar, mevzuat uyumluluğu gibi engellerinin üstesinden gelebilmek için yoğun bir çaba harcadık. Uçtan uca bütünleşik bir dijital hizmet sunumu için gerekli sertifikasyon süreçlerini tamamlayarak NBG'nin Yunanistan'da bir ilke imza atmasına sağladığımız katkıdan dolayı büyük memnuniyet duyuyoruz" değerlendirmesini yaptı.



PTTBank'ta aracasız EFT dönemi

5 bine yakın işyeri, 4 bine yakın ATM, 8.6 milyon banka ve ön ödemeli kartla hizmet verdiği bankacılık sektöründe önemli bir yer edinen PTTBank'a da Merkez Bankası tarafından EFT kodu tahsis edildi. Bu sayede müşteriler, karşılıklı EFT işlemlerini PTTBank hesaplarından, doğrudan yapabilecek.

Havale, PTTBank hesabı (posta çeki), efektif işlemler gibi asli görevlerinin yanı sıra banka ve kurumlarla yapılan sözleşmeler kapsamında kredi verme, maaş ve yardım ödemeleri, tahsilat, e-Devlet şifresi temini gibi birçok hizmeti müşterilerine sunan PTTBank'ta yeni sistem, Türkiye Bankalar Birliği ile Merkez Bankası teknik entegrasyon işlemlerinin tamamlanması sonrasında uygulamaya girecek.



Bir kareye sığan büyük kolaylık. İşCep Karekod.

Paranızı hiçbir tuşa temas etmeden çekmek veya yatırmak için İşCep ana ekranındaki Karekod İşlemleri menüsüne girmeniz ve Bankamatik ekranında görünen karekodu telefonunuza okutmanız yeterli.



İşCep'i indir, işini cepte bitir.



Ayrıntılı bilgi: isbank.com.tr



► Geleceğe Ödeyin, avantajlı fiyatlarla ürün veya hizmet alın

Covid-19 salgınından etkilenen berber, kuaför, kahve dükkânı, tiyatro gibi işletmelerin hayatta kalmasına yönelik İş Bankası sponsorluğunda ve Softtech işbirliğiyle "Geleceğe Öde" platformu hayata geçirildi.

Kullanıcılarına ücretsiz olarak sunulan "Geleceğe Öde" platformuyla küçük işletmeler ve müdavim müşterilerini bir araya getiren bir dayanışma hareketi başlatıldı. Bu sayede müşterilerin, hizmet veya ürünü sonradan almak üzere, müdavimi oldukları küçük işletmelerin hayatta kalmalarına platform üzerinden destek olması sağlanıyor, işletmeler tarafından da bu müşterilere avantajlı fiyatlar sunuluyor.

Platform üzerinden İş Bankası nezdinde ticari nitelikli hesabı bulunan işletmeler, salgın sonrasında ürün veya hizmeti sunmak üzere müşterilerine indirimli fiyatlarla kupon satışı yaparak nakit akışlarına süreklilik kazandırırken, müşteriler de avantajlı fiyatlarla bu kuponları satın alıp işletmelere destek olabilecek. Platform için "İş Bankası ile Öde" altyapısıyla ödemeye aracılık hizmeti verilecek. İlk aşamada sadece havaleyle ödeme yapılabilecek.



Geleceğe Öde platformuna dahil olmak almak isteyen işletmeler başvurularını; müdavimi oldukları işyerlerine destek olmak isteyen kullanıcılar da ürün veya hizmet karşılığı kupon satın almalarını www.gelecegeode.com üzerinden yapabiliyor.

İş Bankası Genel Müdür Yardımcısı Yalçın Sezen, platformla ilgili şu bilgileri paylaştı: "Salgın sonrasında müşteri davranışlarında, ürün ve hizmet sunumunda, iş modellerinde birçok değişiklik olacağını görüyoruz. Bu dönemin ihtiyacına uygun olarak,

işletmelerin yaşadığı nakit akışı zorluklarına çözüm sağlamak amacıyla 'Geleceğe Öde' platformunu 18 Mayıs'ta hayata geçirdik. Bankamız desteği ve ödeme sistemlerimiz kullanılarak Softtech A.Ş. tarafından hayata geçirilen ve kullanıcılara ücretsiz olarak sunulan bu platformla küçük işletmeler ve müşterilerini bir araya getiren bir dayanışma hareketi başlatmış olduk. Platformun sunduğu deneyim, salgın sonrası dönemde de yaşamaya devam edecek şekilde tasarlandı."

Aidatlar mobil ile hijyenik ödeniyor

Derneklerden vakıflara, siyasi partilerden spor kulüplerine, kooperatiflerden apartman ve site yönetimlerine kadar çeşitli işletmelerin kullanabileceği Mobil Aidat hizmetiyle 120 TL'ye kadar olan aidat bedeli kısa mesaj aracılığıyla kolayca toplanabiliyor. Kullanıcılar sadece bir telefon numarası girerek abone olabiliyor ve her ay kullanıcıların talep ettikleri miktarda ücretlendiriliyor. Mobil Aidat sitesi üzerinden sunulan raporlarla toplanan tahsilatlar ve üyeler tarafından yapılan ödemeler takip edilebiliyor.

Payguru Yönetim Kurulu Başkanı Işık Uman, "Payguru sayesinde Türkiye'de bugün itibarıyla 800'den fazla dernek ve kuruluş, üyelerinden aidatları mobil ödeme aracılığıyla tahsil ediyor. Mobil



ödeme, sadece cep telefonu numaranızla, kredi kartı ya da nakite ihtiyacınız olmadan kolay ve güvenli ödeme yapabileceğiniz bir ödeme yöntemi. Koronavirüs salgınına yaşadığımız bugünlerde


sosyal mesafeyi korumak adına sağlıklı bir çözüm olarak öne çıkıyor. Sunduğu kolaylık dolayısıyla önümüzdeki dönemde de kullanım trafiğinin artmasını bekliyoruz" diyor.


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


Tam İşinize Göre


Verisoft ürünleri ihtiyacınıza göre şekillenir, işinize özel tasarlanır, istediğiniz şekilde uyarlanır.


Verisoft 35 yıldır, tam esneklik sağlayan yüksek kalite ve uyumluluk standartlarında hızlı, güvenli ve müşteri odaklı çözümler sunar.


 Kartlı Ödeme Çözümleri


 Dijital Ödeme Çözümleri

 POS Yazılım ve Entegrasyonu

 Sahtekârlık 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

► Visa İnovasyon Programı ile Türk FinTek'leri yurtdışına açıldı

Türkiye'nin dijital ödeme ekosisteminde inovasyonu desteklemek ve hızlandırmak amacıyla Visa ve Hackquarters ortaklığında hayata geçen Visa İnovasyon Programı ilk dönemini tamamladı. İlk döneme dahil olan FinTek'ler Glocalzone, Masraff, Kobaküs, Global Miles ve Manim'in geliştirdiği çözümler, girişimci ekosistemi temsilcilerinin katılımıyla düzenlenen dijital etkinlikte sunuldu. Programın ikinci dönemine seçilen FinTek'ler Adisyo, ARF, Cameralyze ve Price&Me ise yeni dönemde dijital ekonomi, altyapı ve kart kabulü ile sınır ötesi harcamalar alanında yeni nesil çözümler üzerinde çalışacak. 6 ay sürecek programın ikinci döneminde FinTek'ler uzmanlardan girişimlerini hızlandıracak eğitimler alacak, Visa Developer Platform üzerinden Visa API'lerine erişim sağlayacak, tasarım odaklı düşünme programlarıyla ürün ve hizmetlerine değer katacak ve Visa'nın yerel ve küresel iş ağındaki banka, e-para kuruluşları ve üye işyerleriyle bir araya gelecek. Bu yıl Fintech İstanbul işbirliğiyle programın ikinci dönemine



dahil edilen FinTek'ler, "FinTech 101 Eğitimi" ne de katılacak. Visa Türkiye Genel Müdürü Merve Tezel, programla ilgili şu değerlendirmeyi yaptı: "Geçen yıl bu zamanlar ülkemizdeki FinTek ekosistemini geliştirmek üzere yola çıkmıştık. Bugün programın ilk dönemine katılanları mezun ettik. FinTek'lerimiz program sonunda yeni ürünler ortaya çıkardı ve Visa'nın yerel ve uluslararası iş ortaklarıyla yeni işbirlikleri kurdu. İki FinTek'imiz

yurtdışına açıldı. Bu açıdan son derece gururluyuz. Visa İnovasyon Programı'nın ikinci dönemini ise daha da zengin bir içerikle başlatıyoruz. Programın ilk yılında sadece kurumsallaşma yolunda ilerleyen FinTek'lere odaklanmıştık. Bu yıl, kurumsallaşmış ancak hedefindeki ticari ölçeği henüz yakalayamamış FinTek'leri de programa katarak büyümelerine destek olacağız. Yurtdışına açılmaları için köprü görevini de sürdüreceğiz."

Çağrı Süzer, Genel Müdür olarak yuvaya döndü

Bonus, Miles&Smiles, American Express ve Money Card gibi köklü markaları bünyesinde barındıran Garanti Ödeme Sistemleri'nin (GÖSAŞ) Genel Müdürlüğü'ne, 14 yıllık kariyeri boyunca çokuluslu şirketlerde üst düzey görevler üstlenen Çağrı Süzer getirildi. Finans sektöründe Türkiye ve yurtdışında satış ve pazarlama, strateji, risk yönetimi, insan kaynakları, M&A gibi birçok alanda önemli projeler yöneten Süzer, 2013-2017 arasında GÖSAŞ'ta farklı pozisyonlarda görev yapmıştı. ODTÜ Endüstri Mühendisliği mezunu Çağrı Süzer, INSEAD'ın Fransa ve Singapur kampüslerinde öğrenim görerek MBA derecesi aldı. Kariyerine 2006 yılında Danone'de başlayarak FMCG alanında satış ve ticari pazarlama yöneticiliği



Çağrı Süzer

yaptı. 2008-2013 arasında küresel danışmanlık şirketi McKinsey'de kıdemli danışman ve proje müdürü olarak görev aldı. Mayıs



2013'te pazarlama koordinatörü olarak katıldığı Garanti Ödeme Sistemleri'nde ürün yönetimi, CRM, dijital pazarlama ve müşteri memnuniyeti süreç yönetimlerinin sorumluluğunu üstlendi. 2015'te dijital kanallar ve ticari kartlardan sorumlu genel müdür yardımcısı olarak atandı. Ardından pazarlamadan sorumlu genel müdür yardımcılığı görevine getirildi. 2017-2020 arasında ise BBVA Amerika'da bireysel bankacılıktan sorumlu genel müdür yardımcısı olarak kariyerine devam etti. Mayıs 2020 itibarıyla da GÖSAŞ Genel Müdür'ü olarak atandı.



MobilDeniz

BANKA ŐUBENİZ HER AN CEBİNİZDE!

Cep telefonunuza MobilDeniz uygulamasını indirin, bankacılık işlemlerinizi evinizden çıkmadan kolaylıkla halledin!

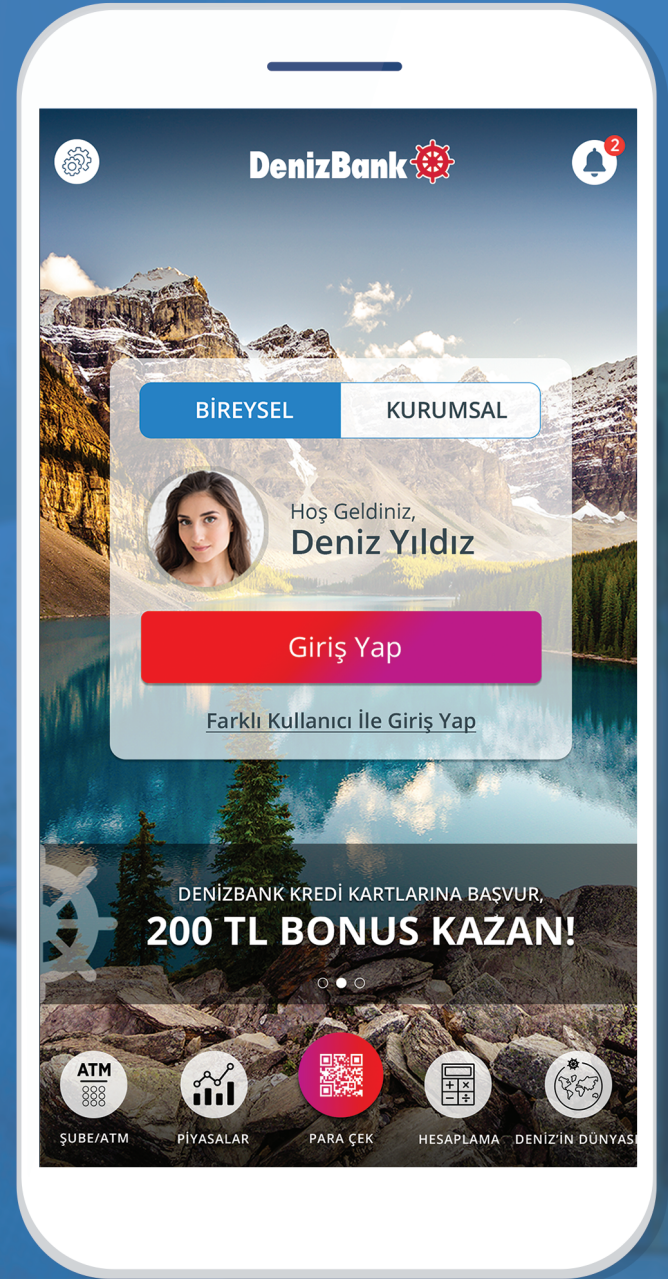
- EFT ve Havale işlemlerinizi gerçekleştirin.

- QR Kod ile para çekin.

- 7/24 faturalarınızı ödeyin.

- Altın, döviz ve yatırım işlemlerinizi yapın.

- Nakit Avans / Kredi kullanın.



ENBD

DenizBank

f - t - i /DenizBank | www.denizbank.com | 0850 222 0 800

► VakıfBank'tan kimlik kartıyla anında temassız işlem

VakıfBank müşterilerinin internet bankacılığını kullanmak için artık şubeye gitmesine ya da çağrı merkezini aramasına gerek yok. VakıfBank Mobil ve internet bankacılığına kayıt olmak ya da yeni şifre almak isteyenler, NFC özellikli cihazlarındaki VakıfBank Mobil üzerinden yeni çipli kimlik kartlarını okutarak işlemlerini tamamlayabiliyor. Kredi kartı ya da bankomat kartı olmayanlar için de büyük kolaylık sağlayan uygulamadan yararlanmak isteyenler VakıfBank Mobil'i telefonlarına yükleyerek işlemlerini hızlı ve bir güvenli bir şekilde yapabiliyor. VakıfBank Genel Müdür Yardımcısı Ferkan Merdan, sektörde bir ilk olan uygulamanın ayrıntılarını şöyle anlatıyor: "Dijital alandaki güçlü altyapımız ve yenilikçi hizmetlerimizle müşterilerimizin hayatlarını kolaylaştırmaya devam ediyoruz. Salgın sürecinde de ön plana çıktığı gibi teması azaltan teknolojilere yatırım yapıyoruz. Yeni nesil çipli kimlik kartlarıyla VakıfBank Mobil üzerinden aktivasyon yapmaya imkân sağlayan yeni uygulamamızla da müşterilerimiz şubeye gitmeden, çağrı merkezini aramadan hızlı ve



kolay bir şekilde şifre işlemlerini yapabiliyor. Böylelikle müşterilerimiz, tüm bankacılık işlemlerini dijital kanallarımızdan yapmaya hemen başlayabiliyor." Merdan, VakıfBank'ın dijital kanallarının kullanımıyla ilgili de şu bilgileri paylaşıyor: "Bugün itibarıyla bankamızdaki işlemlerin yüzde 94'ü şube dışı kanallardan gerçekleşiyor. Sadece VakıfBank Mobil'i aktif olarak kullanan müşteri sayımız 5.7 milyonu

aşmış durumda. Sesli asistanımız ViBi ile VakıfBank Mobil'de; sesli yönlendirme teknolojisi (IVR) ile de çağrı merkezimizde müşterilerimize hizmet veriyoruz. Bu ve benzeri teknoloji gücümüzle salgın döneminde artan yoğunluğa karşın hizmet kalitemizi korumayı başardık. NFC teknolojisini kullanarak hayata geçirdiğimiz yeni uygulamamızla da dijital kanallarımızın kullanımını daha da kolay hale getirdik."

KOBİ'lere e-ticaret desteği

Ticaret Bakanlığı, KOBİ'leri e-ticaretle tanıştırmak için internet ve e-ticaretin daha nitelikli kullanılmasını teşvik etmek amacıyla "e-Ticaret Olarak KOBİ'lerin Yanındayız" kampanyası başlattı. Kampanya kapsamında verilen destekler arasında, e-ticaret sitelerinin KOBİ'lere yönelik vadeleri uzatması, komisyon oranlarında indirimine gidilmesi ve e-ticaret sitelerinde KOBİ'lere özel istihdam alanları yaratılması yer alıyor. Kampanyaya 16 elektronik ticaret sitesi, 3 elektronik ticaret altyapı sağlayıcısı, 2 sanal market, 1 sanal yemek servisi, 2 ödeme kuruluşu ve 1 sivil toplum kuruluşu



destek veriyor. IFASTURK Mali Müşavirlik ve Denetim Kurucusu Serbest Muhasebeci Mali Müşavir Mesut Şenel, kampanyayla ilgili şu açıklamayı yaptı: "Türkiye'de internete bağlananların kullanım

alışkanlıkları hızla değişiyor. Dijital mecralar artık büyük bir pazar haline gelirken, istihdamın yüzde 73'ünü sağlayan ve ülkenin toplam katma değerinin yüzde 50'den fazlasını yaratan KOBİ'ler de bu alanı daha fazla kullanmaya başladı. Koronavirüs sürecinde KOBİ'lerin e-ticaret alanında atacakları stratejik adımlar, finansal kararlar ve faydalanılacak teşvikler dahil izleyecekleri yol haritaları daha da önem kazandı. KOBİ'lerin e-ticaret alanını daha aktif kullanması, büyümelerini destekleyecek, ürünlerini pazarlama süreçlerini kolaylaştıracak."

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 Mobil ile evden işlem yapmak artık daha kolay

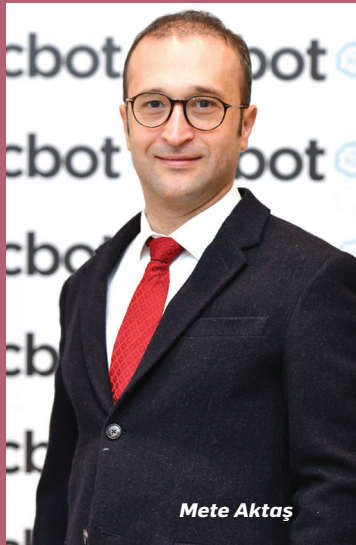
Garanti BBVA, koronavirüs salgınının etkisiyle evde daha çok vakit geçirilen bu dönemde mobil uygulamasının açılış sayfasını yeniledi ve uygulamaya evden işlem yapmayı kolaylaştıran yeni özellikler ekledi. Yaklaşık 8.5 milyon dijital kullanıcıya sahip Garanti BBVA, teknolojik yenilikleri insani öğelerle bir araya getirerek kullanıcı dostu bir deneyim sunuyor. Garanti BBVA Mobil'in açılış sayfasında, uygulamaya giriş yapmak isteyen kullanıcılar oldukça sade ve kolay bir yapıyla karşılaşırken, hızlı işlem yapmak isteyen müşteriler de "Para çek/yatır" "Şubeye Gitmeden Yap" gibi adımlara tek dokunuşla ulaşabiliyor. Hızlı işlemler alanında yer alan "Şubeye Gitmeden Yap" adımı sayesinde kullanıcılar, işlemlerin dijitalden nasıl yapıldığını kolayca öğrenebiliyor ve ilgili adıma hızlıca yönlendiriliyor. Hesap bakiyelerini, kredi kartı limitlerini ve son hareketlerini kolayca görüntülerken, en çok ihtiyaç duydukları fonksiyonlara tek tıkla ulaşabiliyorlar. Kredi kartı ya da banka kartı olmayan müşteriler de Garanti BBVA Mobil'in ana ekranında yer alan "Parola Al/Parolamı Unuttum" adımından görüntülü görüşerek şubeye gitmeden kolaylıkla parola alabiliyor. Garanti BBVA Mobil



kullanıcıyla iletişim noktalarını da tek bir çatı altına topluyor. Kullanıcılar; hikâyeleri, bildirimleri, kendilerine özel kampanyaları ve ürün tekliflerini tek bir alandan görüntüleyebiliyor. Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı Işıl Evlioğlu "Garanti BBVA'da kullanıcı deneyimi hiç bitmeyen bir süreç. Banka içinde yetkin bir kullanıcı deneyimi ekibi var ve bu sayede birçok çözümü içeride hızla

geliştiriyoruz. Düzenli kullanılabilirlik araştırmaları sayesinde müşterilerimizle iletişime geçiyor ve kullanıcı deneyimini iyileştiriyoruz. Bundan sonraki süreçte de önceliğimiz, kişiselleştirmenin öne çıktığı deneyimleri artırmak, kullanıcılarımızın günlük finansal yaşamlarını kolaylaştıran ve finansal sağlıklarını iyileştiren adımlar atmak olacak" diyor.

Chatbot kullanımı bankacılıkta 5 kat, e-ticarette 2 kat arttı



Mete Aktaş

Salgın, kritik sektörlerde diyalog bazlı yapay zeka çözümlerinin önemini daha da belirginleştirdi ve bu yönde talep artışına yol açtı. Yapay zeka temelli uygulama ve çözümleriyle dikkat çeken CBOT'un kurucusu ve CEO'su Mete Aktaş, yeni gelişmelere hızla adapte olan yapısıyla öne çıkan bankacılık sektöründe chatbot kullanım hacminin son iki ayda 5 kat arttığını, müşteri yönetiminin kritik önem taşıdığı e-ticaret tarafında ise 2 kat artış gözlemlendiğini vurguluyor. Bankacılık, e-ticaret, sağlık, eğitim, kamu gibi önemli sektörlerdeki chatbot geliştirme iştahının sadece büyükler değil orta ölçekli şirketler ve KOBİ'ler tarafında da gözlemlendiğine işaret eden

Aktaş'a göre chatbot kullananların sayısındaki artış da vatandaşların bu teknolojiyi büyük oranda benimsediğini ve bu dönemde daha çok kullandığını gösteriyor. Koronavirüs sürecinde en çok göze çarpan değişiklikse mart ayı itibarıyla bankacılık chatbot'larına gelen kredi başvurusu, kredi taksit erteleme soru sayısındaki artış oldu. Aktaş, "Şifre alma, şifre belirleme soru sayısındaki yükseliş de dijital bankacılık kanallarının ilk defa kullanmaya başlayan kişi sayısındaki yoğunluğu gösteriyor. Online satışların arttığı bu dönemde, chatbot'lar özellikle satış sonrası destek hizmetleri alanında e-ticaret markalarının en büyük yardımcısı oldu" diyor.

► İlk yıl hizmet bedeli yok, komisyon alt limiti de yüzde 0.88'e indi

iPara, Ticaret Bakanlığı tarafından düzenlenen "E-Ticaret olarak KOBİ'lerin yanındayız" dayanışma kampanyasına destek oldu. Şirket, KOBİ'lere özel düzenlediği kampanya kapsamında yüzde 0.88'den başlayan komisyon oranları sunarken ilk yıl hizmet bedeli de almıyor.

iPara Genel Müdürü Tarık Onat, "Dayanışma kampanyasına ilişkin Ticaret Bakanlığı tarafından düzenlenen dijital

lanşman toplantısına katıldık. Toplantıda ödeme sistemleri, e-ticaret ve FinTek girişimciliği konusunda Ticaret Bakanlığı himayesinde Eğitim Bakanlığı'na müfredat desteği verme önerisini ilettik. Bakanımızdan konuyu



değerlendirecekleri bilgisini aldık. Bakanlığımızın başlattığı kampanyaya desteğe ek olarak KOBİ'lere özel bir de kampanya düzenledik. Şirket olarak TOBB himayesinde düzenlenen 'E-ihracat Seferberliği'nin de sponsorları arasında yer alıyor ve projeye eğitmenlerimizle katılıyoruz"

dedi. Onat, Covid-19 sürecinin sektöre ve iPara'ya yansımalarını da şöyle değerlendirdi: "Bu dönemde B2B çalışan sektörler, yerel marketler, manavlar, küçük ölçekli şirketler, kitap ve kırtasyeler dijital sisteme ayak uydurmak zorunda kaldı. Portföyümüze aralarında KOBİ ölçeklilerin de olduğu 400 yeni



Tarık Onat

şirket katıldı. iPara olarak KOBİ'lere biz sadece altyapı hizmeti değil bir nevi danışmanlık da veriyoruz. Satış ekiplerimiz sürekli olarak müşterilerimizi online sistem hakkında bilgilendiriyor. Bu yöntemle özellikle dijitalleşmeye uzak olan firmaların değişimini hızlandırdık."

18-24 arası gençler kripto parayı benimsedi

KPMG'nin ABD'de yaptığı araştırmanın sonuçlarına göre, 18-24 yaş arası gençlerin yüzde 83'ü kripto paraların geleceğiyle yakından ilgileniyor. 25-34 yaş arasındaki (Y jenerasyonu) nesilden katılımcıların ise yüzde 71'i ilgi gösteriyor. Edelman araştırmasına göre de belli bir gelir seviyesinin üzerindeki Y jenerasyonu katılımcıları kripto parayı yatırım aracı olarak görüyor. Yüzde 25'i şimdiden kripto para sahibi, yüzde 31'i ise kripto paraya ilgi duyuyor.

Sustany Capital'in araştırmasına göre ise Y jenerasyonundan katılımcıların yüzde 88'i kripto paralara bir yatırım olarak sahip olmak, yüzde 42'si ise tasarruflarında değerlendirmek istiyor. Coldwell Banker Global Luxury de 2019 yılının başlarında, önceki jenerasyonlardan Y kuşağına 68 trilyon dolar geçeceğini hesaplamıştı. Coldwell'in raporuna bakılırsa 2030 itibarıyla Y kuşağı, bugün nüfusun sahip olduğu servetin beş katına sahip olacak. Dijital varlık işlem platformu Paribu'nun CEO'su Yasin Oral,



şirketinin kripto paralar konusunda farkındalık ve bilinç oluşturma çalışmalarını şöyle anlatıyor: "Birçok neslin yoğun ilgi gösterdiği kripto para ekosistemine eğilim, eğitim ve kültürle birlikte daha da artacak. X ve Y jenerasyonları da daha fazlasını öğrenmek, finansal danışmanlardan daha fazlasını dinlemek istiyor. Bu doğrultuda Paribu olarak sektörün öncü kurumlarına destek veriyoruz. Toplumu bilgilendirmenin yanı sıra çocuk ve gençlerin eğitimi konusunda sorumluluk alıp onları

yarının dünyasına hazırlıyoruz. İKSV Alt Kat'ın dezavantajlı genç, çocuk ve yetişkinlerin kültür sanatla tanışmasına olanak tanıyan çevrimiçi ve fiziksel aktivitelerine destek veriyoruz. İstanbul Blockchain Women ile kadınların kripto para alanında daha fazla yer alması için çalışan ve birçok konu başlığında düzenlenen seminerlere katkı sağlıyoruz. Resmi blog'umuz ParibuLog ile sektörde doğru bilginin kaynağı olmaya devam ediyoruz."

Online platformlar bağışları DEMOKRATİKLEŞTİRDİ



Bir toplumun gelişmişlik düzeyini gösteren kriterlerden biri de sivil toplum örgütlenmesi ve bu örgütlere verilen destektir. Türkiye’de halkın yüzde 13’ü bağış yapıyor, kişi başına düşen yıllık bağış miktarı da sadece 17 TL! Ancak dijital platformlar sayesinde hem bağış yapan kişi sayısı hem de bağış miktarında hızlı bir artış var. Dijital platformların bir diğer faydası da yapılan bağışların yerinde kullanıp kullanılmadığının denetlenebilmesi...

ESİN GEDİK

O kul sıralarında öğrendiğimiz, etrafımızdan duyduğumuz bazı klişelerin sonradan birer şehir efsanesi olduğuna sıklıkla tanık oluyoruz. Örneğin, “Türkiye tahıl ambarı, gıdası kendine yeten bir ülke” ifadesi artık doğru değil. Tıpkı yardımseverliğimiz konusunda övündüğümüz gibi!

Elbette istatistiklere yansımayan rakamlar da vardır ama övündüğümüz gibi pek de yardım etmeyi sevmiyoruz. “Sadece kendini düşündüğü” konusunda hemfikir olduğumuz Amerikan halkının bile yıllık ortalama bağış mik-

tarı 1.150 dolarken Türkiye’de sadece 17 lira!

Bu acı gerçeğin sorumluluğunu vatandaşa yüklemek doğru değil elbette. Bağış yapacak kanalların azlığının yanı sıra bugüne kadar yaşanmış acı deneyimler de insanları bu konuda iki kez düşünmeye itiyor. Ancak son yıllarda teknolojinin de devreye girmesiyle birlikte hem bağış yapmak kolaylaştı hem de insanlar yaptıkları bağışın nerelere gittiğini, amacına uygun kullanılıp kullanılmadığını görebilir hale geldi.

Teknolojinin bağış kültürüne bir diğer katkısı da yardım penceresini genişletmesi oldu. Bir süre öncesine kadar

Kızılay, kurban derilerinin bağışlandığı Türk Hava Kurumu, asker ve polis şehitlerinin derneklerinin dışında bağış alabilen sivil toplum kuruluşu sayısı yok denecek kadar azdı. Şimdilerde ise farklı alanlarda faaliyet gösteren yüzlerce STK'ya bağış yapmak mümkün hale geldi. UNICEF'ten TEMA'ya, çocuk ve hayvanlar için faaliyet gösteren derneklere, vakıflara oturduğumuz yerden bağış yapabiliyoruz.

Aslında oturduğumuz yerden bağış yapmaya cep telefonlarıyla başladık. Birçok dernek (tabii kamuoyunda çok tanınan ve eski dernekler) TV'lerin desteğiyle çeşitli kampanyalar düzenleyip SMS aracılığıyla bağışlar topluyordu. Ancak yukarıda da belirttiğimiz gibi oldukça kısıtlı sayıdaki kurum bu yöntemden yararlanabiliyordu. Dijitalleşme ve beraberinde gelen "sosyal girişimcilik" ruhuyla artık bağışlar da daha demokratik bir zemine yayıldı diyebiliriz.

E-bağışı tabana yayan BKM oldu

Birçok finansal teknolojinin geliştirilip yaygınlaştırılmasına öncülük yapan Bankalararası Kart Merkezi (BKM), bu rolünü dijital bağış konusunda da başarıyla yerine getirdi. Türkiye'nin en çok kullanılan dijital cüzdanı BKM Express aracılığıyla toplanan dijital bağış tutarı 10 milyon TL'yi geçti.

Evet, BKM Express, Şubat 2020 itibarıyla 400 bin işlem adediyle 120'den fazla vakıf ve derneğe 10 milyon TL'den fazla bağış yapılmasına aracılık etti. BKM Express sayesinde birçok kanaldan hızlı ve kolayca sivil toplum kuruluşlarına (STK) ulaşabilen kullanıcılar, BKM Express mobil uygulaması üzerinden tek bir tuşla, www.bkmexpress.com.tr üzerinden ise karekod aracılığıyla STK'lara bağış yapabiliyor. BKM Express ayrıca STK'ların web sitelerinden de bağış toplanmasına aracılık ediyor.

"Yuvarla" özelliği sayesinde ise BKM Express kullanıcıları, yaptıkları alışverişlerde isterlerse kısırları yuvarlayarak STK'lara bağışlanmasını sağlıyor. Her yıl sosyal bir sorumluluk takvimi hazırlayarak STK'ların özel günlerinde yanında olan BKM Express, son 2 yıldır aralık ayında düzenlediği "Geleneksel BKM Express Bağış Haftası" ile de küçük katkıların büyük farklar yaratabileceğine dikkat çekiyor ve kullanıcılarının yılı iyilikle kapatma fırsatı sunuyor.

Bankalararası Kart Merkezi Genel Müdür Yardımcısı Serkan Yazıcıoğlu, şubat ayında dijital bağışlarla ilgili



"BKM Express olarak 2015 yılında hayata geçirdiğimiz dijital bağış özelliğiyle bugüne kadar 120'den fazla sivil toplum kuruluşuna 400 bin işlem adediyle 10 milyon TL bağış yapılmasına aracılık ettik. Amacımız dijital bağış kültürünü tanıtmak ve sosyal sorumluluk bilincini kullanıcılarımızla birlikte artırmaktır. Her yıl katlanarak artan rakamlarla birlikte bugün 10 milyon TL bağış miktarına ulaşmak bizim için mutluluk verici. Mutluluğumuz kullanıcılarımızla birlikte büyürken bundan sonraki süreçte dijital bağış kültürü konusunda farkındalık yaratmaya devam edeceğiz" değerlendirmesini yapmıştı.

■ BKM Express, ilk e-bağışı Darüşşafaka ile işbirliği yaparak topladı.

■ BKM Express'le yapılan ödemelere "Yuvarla" özelliği eklendi. Böylece isteyen tüketiciler, ürünün fiyatındaki kü

INSTAGRAM DA COVID-19 İÇİN KOLLARI SIVADI

Instagram'ın yeni özelliği sayesinde, canlı yayınlar üzerinden kâr amacı gütmeyen kurum ve kuruluşlar için bağış toplanabilecek. Yayın öncesinde para toplamak istediğiniz kurum ya da kuruluşu seçip, bağış toplama kısmına tıklayarak yayını başlatabiliyorsunuz. Aynı şekilde kullanıcılar ekrandaki bağış kısmını tıklayarak ne kadar bağış toplandığını görebiliyor ve onlar

da isterse bağış yapabiliyor. Bu yeni özelliğin, özellikle herkesin koronavirüs mağdurları için yardım toplamaya çalıştığı bu dönemde insanlara faydalı olacağı düşünülüyor. Hatırlanacağı gibi bu özelliğin tanıtımından önce Instagram, kullanıcılarını bağış yapmaya teşvik etmek için hikayeler kısmına bir "bağış etiketi" özelliği eklemişti.



Erdi
Yerebasmaz

Onur Danacı

suratı yuvarlayarak STK'lara bağış yapma imkanı buldu.
 ■ Yine Türkiye'de ilk olan "QR kod ile ödeme" aracılığıyla BKM Express mobil uygulamasından ve web sitesinden bağış yapılmaya başladı.

■ BKM Express, e-bağışa yapay zekâ kattı ve Facebook Messenger sohbet ekranı üzerinden de e-bağış yapılabilir hale geldi. Facebook Messenger'da BKM Express sohbet ekranını açan kullanıcılar, Messenger Bot aracılığıyla bağış yapabildi.

■ BKM Express; Askıdanevar, Givin, Açık Açık sosyal girişimlerine sağladığı altyapı desteğiyle de bağış toplanmasına katkıda bulundu.

Küsuratlar yuvarlandı, iyiliğe dönüştü

Türkiye'nin ilk dijital bağış uygulaması olarak nitelendirilen "Yuvarla" iki genç girişimci tarafından hayata geçirildi. Onur Danacı ve Erdi Yerebasmaz adlı İsveç Kraliyet Teknik Üniversitesi öğrencisi iki arkadaşın 2014 yılında başlattığı bu girişim, bireysel bağış kültürünü geliştirmeyi, bunu yaparken de sosyal ve çevresel sorunların çözümü için çalışan sivil toplum kuruluşlarına kaynak yaratmayı hedefliyor.

Türkiye'de nüfusun yalnızca yüzde 13'ünün bireysel bağış yaptığını belirten Emre Danacı, "Araştırmalarımızda gördük ki bağış yapılmamasının en önemli nedeni miktarın düşük bulunacağı endişesi. İnsanlar düşük miktarlarda bağış yapmaya çekiniyor, yüksek tutarlarsa bütçelerine yük oluyor. İşte biz kuruluşların bile bağış olabileceği bir sistem kurduk" diyor.

Yurtdışında da benzer sosyal girişimler olduğunu ancak onların bağışlardan hizmet bedeli aldığı hatırlatan Danacı, Yuvarla'nın bağışların yüzde 100'ünü kurumlara aktardığını, masrafları sponsorluk geliriyle karşılamayı tercih ettiğini vurguluyor. Girişimcilerin bu noktada işbirliği yaptığı en büyük kuruluşa BKM olmuş.

Yuvarla, alışverişlerin küsuratlarını bir üst tam tutara yuvarlayarak, aradaki tutarı dernek, vakıf ve sivil toplum kuruluşlarına bağışlamaya olanak sağlıyor. Örneğin sistemin işbirliği yaptığı bir bankanın kartıyla yaptığınız

YAPI KREDİ, "TEMASSIZ TEGV" İLE ÖRNEK BİR KAMPANYA DÜZENLEDİ

Yapı Kredi, dijital kanalları üzerinden pek çok bağış kampanyasına aracılık ediyor. Kullanıcılar, Yapı Kredi Mobil ve internet şubesindeki "Ödemeler" menüsünün altındaki "Bağış" bölümünü takip ederek kurum ve sivil toplum kuruluşlarına hızlı ve güvenilir bir şekilde bağış yapabiliyor. Yine Yapı Kredi ATM'lerindeki "Ödemeler" menüsünden de bu işlemlerini gerçekleştirebiliyorlar.

Bankanın dijital kanalları aracılığıyla AÇEV, Darülaceze Müessesesi, Kızılay, LÖSEV, Türk Böbrek Vakfı, TEGV, TEV, UNICEF, ZİÇEV gibi kuruluşlara bağış yapmak mümkün. Yapı Kredi, World'ün sevilen maskotu Vadaa'nın oyuncaklarını da Yapı Kredi Yayınları, TEGV online mağazaları ve dr.com.tr'den satışa sunarak, elde edilen geliri çocukların eğitimi için TEGV'ye bağışlıyor.

Banka, yine TEGV ile hayata geçirdiği "Temassız TEGV" projesinin ayrıntılarını ise şöyle



açıklıyor: "Türkiye'de bir ilk olarak, TEGV ile işbirliğimiz kapsamında dijital bir bağış toplama projesi olan 'Temassız TEGV'yi hayata geçirdik. Bu projeye İstanbul'un çeşitli mekanlarında bulunan dijital panolarımızda kredi kartı kullanıcılarına eğitim için anında bağış yapabilme imkânı sunuyoruz. Bağış yapmayı çok daha kolay, eğlenceli ve dijital hale getiren

'Temassız TEGV' projesiyle bireyler, temassız ödeme özelliği bulunan kredi kartlarını sensöre yaklaştırarak 1 saniye içinde TEGV'e bağışta bulunabiliyor. 'Çocukların geleceği için bir iz de sen bırak' sloganıyla hayata geçirdiğimiz bu projeye toplanan bağışlar, TEGV'in bağış havuzunda öğrencilerin eğitim masraflarının karşılanması için kaynak oluşturuyor."



**Kahve
8.90 TL**



**Bağış
0.10 TL**

alışverişte tüm alışverişlerinizin küsuratlarını yukarıya yuvarlayıp, aradaki kuruluşları seçtiğiniz vakıf, dernek veya sivil toplum kuruluşlarına bağışlayabiliyorsunuz. Şöyle örneklendirelim: Satın aldığınız bir gömlek için ödediğiniz 77.95 TL'lik küsuratlı tutarı 78 TL'ye yuvarlayıp fazladan ödediğiniz 0.05 TL farkı seçtiğiniz bir STK'ya bağış olarak gönderebiliyorsunuz. Yuvarla'nın desteklediği STK'lar arasında AKUT, Anne Çocuk Eğitim Vakfı, Darüşşafaka Cemiyeti, İHH İnsani Yardım Vakfı, Kanseri Çocuklara Umut Vakfı, TEGV, TEMA Vakfı, Tohum Otizm Vakfı, Toplum Gönüllüleri Vakfı, Türk Eğitim Derneği, Türk Eğitim

SPOTIFY'DAN İŞSİZ MÜZİSYENLERE DESTEK

Covid-19 salgınının ilk etkilediği kesimlerden biri müzisyenler oldu. Müzisyen derken milyonlar kazananlar değil; çeşitli kulüplerde sahne alan, deyim yerindeyse "parça başı" çalışanlardan söz ediyoruz. İşte dünyaca ünlü çevrimiçi müzik servisi Spotify, zor durumda olan müzisyenlere yardımcı olmak için yeni bir uygulama başlattı. Sanatçılar artık Spotify'daki profillerinde bağış sayfalarının bağlantısına yer verebilecek. Bu bağlantılar üzerinden sanatçının kendisine, bir arkadaşına veya bir sivil toplum kuruluşuna bağışta bulunulabilecek. Çevrimiçi müzik servisi, bu bağışlardan herhangi bir kesinti yapmayacak.

Öte yandan Spotify; MusiCares, PRS Foundation, Help Musicians gibi kuruluşlarla da işbirliğine gidiyor. Bu işbirlikleri kapsamında Spotify'da bağışlar için özel bir açılış sayfası oluşturuldu. Spotify, toplam bağış miktarı 10 milyon dolara ulaşana kadar yapılan her bağışa aynı oranda katkı sağlayacak. Bunun için bağışların doğrudan Spotify'nın sayfası üzerinden yapılması gerekiyor.



İNGİLİZ KİLİSELERİ DE DİJİTAL BAĞIŞA BAŞLADI

İngiliz Kilisesi, kilise cemaatinin nakit para yerine kartlarıyla veya telefonlarıyla bağış yapmalarını sağlayacak bir "dijital bağış kutusu" uygulamasını denemek için ödeme firması SumUp ile anlaştı. Kilisede para toplama esnasında elden ele gezdirilen taşınabilir bağış toplama kutusu, içinde gömülü bir SumUp kart okuyucusu ve akıllı telefon bulunduruyor. Bu sayede yanında nakit bulunmayan bir kilise ziyaretçisi; temassız kart, Apple Pay veya Google Pay kullanarak saniyeler içinde bağış yapabiliyor. SumUp, bu uygulamayı deneyen kiliselerden olumlu geri dönüşler aldığını ve bağışların iki katına çıktığını açıkladı. Firma, şimdi ise

bağış kutusunu "Church's Parish Buying" vasıtasıyla İngiltere ve Galler'deki kiliselerin tamamında kullanmak istiyor. East Greenwich kilisesinden Margaret Cave, son birkaç yılda ebeveyn ve çocuklar için yapılan toplantılar ve gençler

için düzenlenen grup gezileriyle gençlerin kiliseye daha sık gelmeye başladığını anlatıyor. Cave, kiliseye gelen yeni jenerasyonun bozuk para taşımadığını ve konu teknolojiye gelince önyak olmalarının kilise cemaatinin hoşuna gittiğini de sözlerine ekliyor.





Vakfi, Türk Kızılayı, Türkiye Korunmaya Muhtaç Çocuklar Vakfı, Türkiye Omurilik Felçlileri Derneği, Türkiye Spastik Çocuklar Vakfı, Türkiye Yeşilay Cemiyeti, UNICEF Türkiye Milli Komitesi ve WWF-Türkiye, Doğal Hayatı Koruma Vakfı bulunuyor.

Yuvarlama özelliğini BKM Express dışında kullanmak istediğinizde ise App Store veya Google Play'den uygulamayı indirip desteklemek istediğiniz dernek, vakıf ya da sivil toplum kuruluşunu seçim bağış yapabiliyorsunuz.

İyilik Peşinde Koşup 75 milyon TL bağış topladılar

Son dönemde iyice popüler hale gelen bir uygulama da "İyilik Peşinde Koş" platformu. Adım Adım'ın destek-

lediği sivil toplum kuruluşlarının projeleri için koşturan gönüllülerin kullandığı bu yardımseverlik koşusu platformu; 8 yıl boyunca koşan 7 bin koşucu ve 66 bin bağışçının tecrübeleri sonucunda ortaya çıkmış. Dünyada sadece yardımseverlik koşusu için yapılmış ilk dijital kaynak yaratma platformu olma özelliğini de taşıyor.

Platform, ülke çapında yapılan ve daha çok amatörlerin yarıştığı spor etkinliklerinde bağış toplanmasına zemin hazırlıyor. Etkinlikte yarışacak olanlar hangi sivil toplum kuruluşu adına katılacaklarını seçiyor ve hem site aracılığıyla hem de kendi networklerini kullanarak bağış topluyorlar. Şu ana kadar platform sayesinde 82 bin 891 koşucu, 685 bin 409 kişiden 75 milyon 899 bin lira bağış topladı.

SODEXO, GIFT PASS MOBİL ÇEK İLE ONLINE BAĞIŞA DESTEK OLDU

EDA ULUCA ÖZCAN Sodexo Avantaj ve Ödüllendirme Hizmetleri İcra Kurulu Başkanı

İçinde bulunduğumuz yemek kartı sektörünün ana misyonlarından biri de sosyal fayda sağlamak. Bu noktada ihtiyaç sahipleriyle hizmet sağlayıcıları buluşturan bir platformuz. Son dönemde salgınla birlikte "toplumsal fayda" bilincinde önemli bir artış görüyoruz. Kurumsal şirketler bu konuya daha fazla önem vermeye başladı. Özellikle hijyenik ve temassız çözümlerin ön plana çıkmasıyla şirketler, destek sağlamak için dijital yöntemlere yöneldi. Biz de Sodexo olarak çalışanlarına, iş ortaklarına, paydaşlarına, bayilerine destek olmak isteyen işletmelere bu noktada çözüm sağlıyoruz.

Covid-19 sürecinde tüm fiziki kart ve çek üretimimizi durdurarak hizmetlerimizi dijitalle taşıdık. Örneğin, tamamen dijital olarak sunduğumuz Gift Pass Mobil Çek ile şirketler; çalışanlarına,

kendi ekosistemlerine (bayi, şube vb) veya ihtiyaç sahiplerine yardım ederek toplumsal fayda sağlayabiliyor. Bu dijital çözüm sayesinde şirketler çekleri teslim alma, saklama, teslim etme gibi lojistik süreçlerden de kurtulmuş oluyor. Bu destekten faydalananlar da Sodexo'nun geniş üye işyeri ağına temassız ve hijyenik bir şekilde çeklerini kullanabiliyor.

Sodexo olarak bu süreçte biz de üye işyerlerimize yine dijital kanallarımız üzerinden destek olmaya devam ediyoruz. Bildiğiniz gibi bu dönemde yemek alanında online alışveriş ve paket servis oldukça önem kazandı. Üye işyerlerimizin daha fazla müşteriye ulaşması ve paket servis süreçlerini etkin bir şekilde yönetebilmesini sağlamak amacıyla, online yemek siparişi platformumuz olan Sodexo Plus ve akıllı kurye takip sistemimiz olan Hemen Yolda çözümlerimizi hizmet bedeli almadan sunuyoruz. ☺



20 yıllık istikrar ve güvenin eseri

VERISOFT, THALES İLE GLOBAL SAHNEDE YERİNİ ALIYOR



Verisoft, 20 yılı aşkın süredir Türkiye’de donanımlarını sattığı, 30’dan fazla ülkeye bu ürünleriyle entegre çözüm sağladığı Thales ile temsilcilik ilişkisini küresel düzeye taşıdı. “Global Platinum Reseller” kategorisine ulaşan şirket, böylece Thales e-Security ürünlerinin Türkiye dışındaki ülkelere de satışını yapmaya hak kazanan tek lokal partner oldu...

verisoft

2020’nin ilk yarısı geride kalırken, Verisoft donanımsal veri güvenliğinde önemli bir başarıya daha imza attı. Hatırlanacağı gibi, geçen yıl şirkete katılan Dilek Sağıroğlu yönetiminde Verisoft satış ekibi, veri güvenliği alanındaki çalışmalarını hızlandırmıştı. Mevcut portföyü kapsamlı olarak ele alıp geliştiren ekip, bu yılın ilk yarısını, tüm dünyada olumsuz ekonomik sonuçlar doğurmasına kesin gözle bakılan Covid-19 salgınının etkilerine rağmen donanım güvenliği satış faaliyetlerinde başarıyla kapatıyor. Sağıroğlu, başarının ardındaki etkenleri şöyle anlatıyor:

“2019 başında Verisoft ailesine katılırken amacım, geçmiş tecrübelerim ile dijital yarınlara yönelik kurumsal beklentilerimizi harmanlayarak yeni hedefler belirlemek, bu hedeflere doğru yılmadan koşacak mutlu bir ekip ve çalışma alanı yaratmaktır. Bu anlamda önceliğimiz, dünyada da en önemli gündem maddelerinden biri haline gelen veri güvenliği alanında çaba göstermekti. Bu çerçevede, bahsettiğim 1.5 yıl içinde Verisoft olarak geldiğimiz noktayı sizlerle paylaşmaktan gurur duyuyorum.

Geçen yıl içinde, zorunluluk haline gelme tarihi uzatılmasına rağmen, tüm sektörleri kapsayan ve ciddi hazırlıklar gerektiren Kişisel Verileri Koruma Kanunu (KVKK) doğrultusunda Lagom ile iş ortaklığı yaptık. Bu sayede kurumlara ve son kullanıcılara KVKK’nın teknolojik ihtiyaçlarını uçtan uca karşılayan bir veri yönetim platformu sunar hale geldik. HSM alanında dev adımla-

ra imza attık. Yeni anlaşmalarla HSM portföyümüzü üç kat büyüttük. Böylece iç pazarda satışa sunulan ve halen kullanılmakta olan tüm HSM sistemlerine Verisoft aracılığıyla ulaşmak mümkün hale geldi. Üstelik, halihazırda ülkemizin en güçlü finansal kurumlarına en üst seviyede yerel destek sunan profesyonel ekibimizle birlikte edindiğimiz saha destek tecrübemizi de bu sistemlerle birlikte sektörün hizmetine sunuyoruz.

Verisoft olarak işte bu çabaların meyvelerini 2020 yılının ilk yarısında toplamaya başladık. HSM alanında dünyanın 1 numarası Thales e-Security ile iş ortaklığında ‘Global Platinum Reseller’ (Küresel Platin Satıcı) seviyesine ulaştık. Thales’in tedarikçilerine verdiği bu en yüksek bayilik konumu, 2019’da geliştirdiğimiz stratejik ortaklıklar sayesinde mümkün oldu.”



Dilek Sağıroğlu

Verisoft, Global Platinum Reseller kategorisine ulaşmakla Thales e-Security ürünlerinin Türkiye dışındaki ülkelere de satışını yapmaya hak kazanan tek lokal partner oldu. Sağıroğlu, “Verisoft’ta tüm müşterilerimiz sadece müşterimiz değil, iş ortağımızdır. Bu yeni partnerlik seviyesi sayesinde iş ortaklarımıza Thales donanımlarında alabilecekleri en uygun fiyatı sunarak katma değerimizi artırmış oluyoruz. Bu pozisyonun bize sağladığı ikinci büyük fayda ise 20 yılı aşkın süredir ödeme sistemleri alanında 30’dan fazla ülkeye Thales e-Security firmasının ürünleriyle entegre ödeme çözümleri sağlayan Verisoft’u rakiplerinden ayıran bir başka niteliğe daha kavuşmak oldu” diyor. ☺

ANINDA POS ile 5 dakikada e-ticaret üye işyeri kurabilirsiniz



Burhan Eliaçık

Wirecard Türkiye, küçük ve orta ölçekli işletmelerin e-ticaret ortamına geçişini kolaylaştırmak ve desteklemek üzere Anında POS ürününü geliştirdi. Bu uygulamayla daha önce e-ticaret yapmamış olan kurumların üye işyeri tanımlaması sürecinin kısaltılması ve dijital dünyaya hızla geçişi hedefleniyor...

Farklı ödeme çözümlerini bir arada sunan Wirecard Türkiye, e-ticaret alanında faaliyet göstermek isteyen firmaların üye işyeri tanımlama (onboarding) sürecini sadece 5 dakikaya indiren yeni ürünü Anında POS'u tanıttı.

Anında POS, firmaların herhangi bir basılı belge ihtiyacı olmaksızın tamamen dijital kanallar üzerinden, 5 dakika içinde Wirecard üye işyeri olarak satışa başlamasına olanak sunuyor. Uygulama, e-ticarete geçiş sürecinde yaşanan sıkıntıları gidererek kurumları evrak karmaşasından kurtarıyor ve ödeme sistemleri dünyasına hızlı bir giriş yapmalarını sağlıyor.

Wirecard Türkiye Genel Müdürü Burhan Eliaçık, Anında POS'la ilgili şu bilgileri paylaşıyor: "Türkiye'de mil-

yonlarca KOBİ olmasına rağmen e-ticaret oranları hala düşük seviyelerde seyrediyor. İçinde bulunduğumuz salgın süreci, dijital dünyanın ve iş süreçlerimizin bu dünyaya adapte olabilmemesinin önemini bir kez daha gözler önüne serdi. Biz de bu süreçte firmaların e-ticaret operasyonlarını hızlandırarak bu mecraya geçişlerini kolaylaştırmak istedik. Hem iş ortaklarımıza hem de KOBİ'lere yönelik pratik ve hızlı bir çözüm olarak geliştirdiğimiz Anında POS vesilesiyle kurumların Wirecard üye işyeri olmak için temin etmesi gereken belgelere harcayacağı zamana, satış faaliyetlerine yönlendirebilmesini sağlıyoruz."

Eliaçık, Anında POS çözümüyle hedeflerinin, toplam perakende içerisinde yüzde 8'lere ulaşan e-ticaretin payını daha da artırmak olduğunu vurguluyor.

wirecard

Sanal POS, mobil ödeme ve e-para hizmetleri bir arada

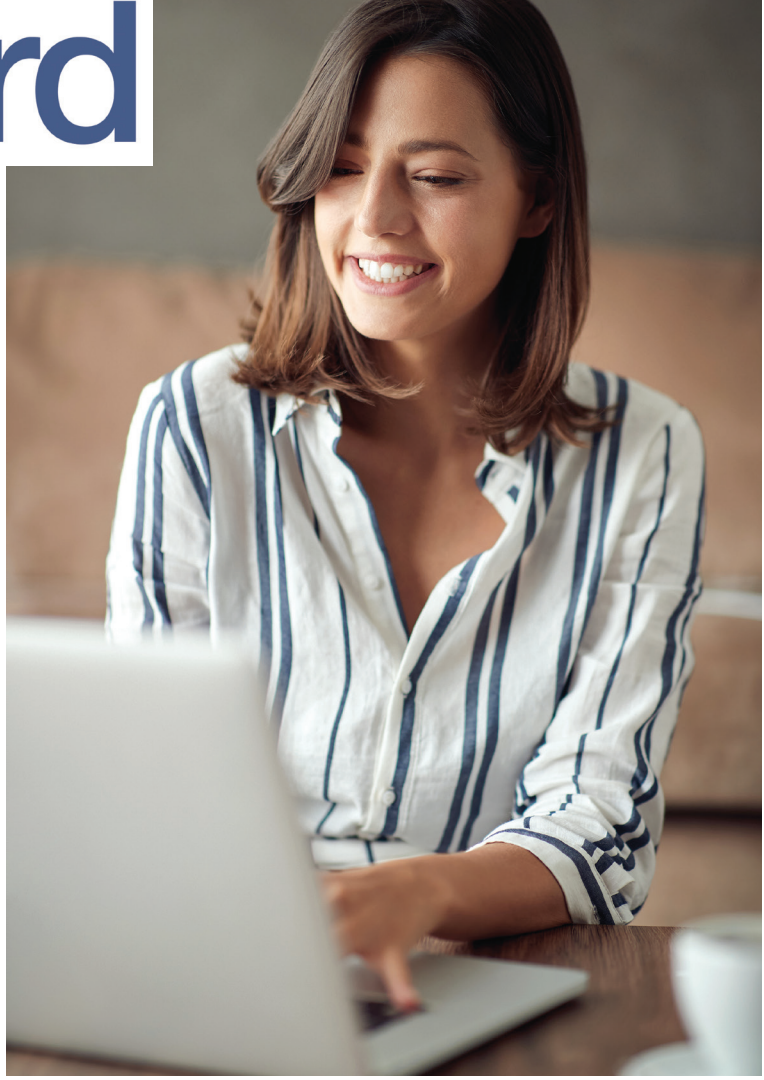
Wirecard, Almanya'nın önde gelen finans kuruluşlarından ve Frankfurt Borsası'nda işlem gören 30 teknoloji şirketinden biri olan Wirecard AG çatısı altında faaliyet gösteriyor. Türkiye'de aynı anda sanal POS, mobil ödeme ve elektronik para hizmetini bir arada sunan tek firma olma özelliğine sahip.

5 bin 300 çalışanı ve piyasadaki 20 yıllık tecrübesiyle 279 binden fazla müşterisine online ve mobil uluslararası ödeme çözümleri sunan, finansal teknoloji stratejileri konusunda destek sağlayan Wirecard AG, 2014 yılında tüm GSM operatörlerinin iş ortağı olarak mobil ödeme hizmeti sunan Mikro Ödeme/3PAY'ın tamamını satın alarak Türkiye pazarına girdi. O tarihten itibaren hizmet ağını geliştirmeye devam eden Wirecard, alanında en geniş ödeme lisansı olan e-para ve ödeme kuruluşu lisansıyla faaliyet gösteriyor. E-para, mobil ödeme ve sanal POS çözümleriyle işyerlerinin farklı ihtiyaçlarına 360 derece çözümler sunan kuruluş, finansal teknolojiler alanında deneyimli ekibiyle işyerlerinin online ödemeler alanında stratejik iş ortağı olmayı hedefliyor.

Wirecard AG, halen 26 ülkede, 200'den fazla ödeme çözümü ve 30'dan fazla para birimiyle hizmet veriyor.

Burhan Eliaçık, Türkiye'yle ilgilenen ve bu pazarla çalışmak, pazar hakkında bilgi almak isteyen yabancılar için köprü görevi üstlenen Wirecard'ın, buradan dünyaya açılmak isteyen müşterilerine de Almanya'daki banka ve işbirlikleri aracılığıyla farklı çözümler sunulabildiğini vurguluyor. Eliaçık, "Örneğin yurtdışı temsilciliği bulunan bir Türk şirketinin dünyanın birçok yerinden lokal ödeme çözümüne kavuşması Almanya'daki platform aracılığıyla kısa sürede mümkün olabiliyor" diyor.

Wirecard, Almanya'da bankacılık, İngiltere'de de elektronik para lisansına sahip. Bu sayede başta tüm AB ülkeleri olmak üzere 26 ülkede, dijital ödemenin her alanında çözüm sunabiliyor.



Burhan Eliaçık, Anında POS'un yanı sıra Wirecard'ın güncel projelerine İhtiyaç Haritası (Festtogether etkinliği kapsamında SMS/mobil ödeme altyapısı), S Sports Plus uygulama abonelikleri için ödeme altyapısı, Pınar Su için temassız dijital ödeme altyapısı, linkle ödeme imkanı gibi örnekleri veriyor.

Eliaçık, Wirecard'ın 2020 hedefleri arasında üye işletme sayısını 15 bine ulaştırmanın da yer aldığı sözlerine ekliyor.

NİSANDA KARTLI ÖDEMELER HACMİ, OCAK AYINA GÖRE YÜZDE 42 DARALDI

Burhan Eliaçık, Wirecard Türkiye'nin Anında POS çözümü için düzenlenen online basın toplantısında güncel bazı sektörel verileri de paylaştı:

● Nisanda ocak ayına göre cirosunu artırabilen tek sektör market ve alışveriş merkezleri oldu. Bu sektörün toplam hacimdeki payı 16 puanlık artışla yüzde 31.5'e ulaştı. Diğer 25 kategori ise ciro kaybetti. En çok kayıp giyimde oldu ve bu sektörün pazar payı yüzde 10.5'ten

4.1'e düştü. Giyimi takip eden iki sektör yemek ve havayolları ile konaklama oldu.

● TCMB verileri, perakende sektörü toplam cirosunun bu yılın ocak ayındaki 97 milyar TL'ye göre yüzde 42 azalarak nisan ayında 56 milyar TL'ye düştüğünü ortaya koyuyor. İyi haberse mayıs ayında gelen toparlanmayla cironun tekrar 90 milyar TL'nin üzerine çıktığını görüyoruz.

● Toplam ciro düşmekle birlikte

harcamalar içinde payını artıranlar çeşitli gıda, elektronik eşya ve yapı malzemeleri markaları oldu.

● İnternet üzerinden alışverişlerin payı ise Ocak 2020'deki yüzde 21'den nisan ayında yüzde 26'ya çıktı. Ancak Ocak 2020'de 20.6 milyar TL olan internet üzerinden alışveriş hacmi nisan ayında 14.7 milyar TL'ye düştü.

● 48 ülkede temassız işlem limiti artırıldı ve artışın ortalaması yüzde 133 olarak kaydedildi. ☹

GÖÇMENLER işsiz kaldı, uluslararası para transferi YÜZDE 20 AZALDI



Dünya ekonomisindeki daralmanın yanı sıra Covid-19 salgını uluslararası işçi döviz transferlerini ciddi biçimde düşürdü. Dünya Bankası, yıllık düşüşün yüzde 20'leri bulmasını bekliyor. Göçmen işçilerin yoğun olarak çalıştığı ülkelere bir çağrı yapan Dünya Bankası uzmanları, "Ucuz ve vasıflı işgücüne sahip olmaya devam etmek istiyorsanız onlar için bazı iyileştirmeler yapmalısınız" uyarısında bulunuyor...

Göçmenlerin çalıştığı yerlerden gönderdiği paralar yani işçi dövizleri birçok ülkenin ekonomisinde çok önemli rol oynuyor. Ancak Dünya Bankası tarafından yapılan bir araştırma ilginç ve acı bir gerçeği görünür kıldı.

Covid-19 salgınının en çok etkilediği kesimlerin başında göçmenler ve onların uzaktaki aileleri geliyor. Çünkü bu yıl önemli bir kısmını göçmen işçilerin oluşturduğu uluslararası para transferleri, Covid-19 küresel salgını nedeniyle kesintiye uğramış durumda.

Dünya Bankası'nın araştırması, 2020 yılının ilk aylarında tüm dünyada göçmenlerin yaptığı uluslararası para transferinde yüzde 20 civarında düşüş olduğunu gösteriyor. Banka uzmanları bu düşüş için "Pek çok savunmasız hanehalkı için önemli bir finansal yaşam çizgisinin kaybını temsil ediyor" yorumunu yapıyor.

Bu yılki transfer miktarının geçen yıla göre yaklaşık yüzde 20 düşüşle 445 milyar dolara inmesi bekleniyor. Söz konusu düşüşün on yıllardır ilk kez bu kadar keskin olacağı belirtiliyor. Zira 2008-2009 krizinde bile işçi döviz transferleri sadece yüzde 5 oranında azalmıştı.

En büyük düşüş Avrupa ve Kuzey Amerika ülkelerinde oldu

Dünya Bankası, para transferlerindeki düşüşü göçmen işçilerin ücretlerindeki ve istihdamındaki azalmaya dayandırıyor. Araştırmada “Göçmenlerin çoğu şu anda önemli işten çıkarmaların olduğu endüstrilerde çalışıyor. Bölgesel olarak bakıldığında ise göçmenlerin büyük bir çoğunluğu Covid-19’dan en çok etkilenen Avrupa ve Kuzey Amerika ülkelerinde istihdam ediliyor” deniliyor. Aslında göçmenlerin gelirlerindeki düşüş sadece Avrupa ve Kuzey Amerika’yla sınırlı değil, bölgesel olarak birçok yerde yaşanıyor. Örneğin Orta Asya ülkeleri... Araştırma, Orta Asya ülkelerinde hem Covid-19 hem de düşen petrol fiyatının birleşik etkisi nedeniyle yılın kalan bölümünde göçmen işsizliğinin artacağını öngörüyor.

Gelir kaybı ve işsizlikte etkili olan bir diğer sektör de havayolu taşımacılığı. Eski Sovyet cumhuriyetlerinden pek çok kişinin Rusya’da çalışıp ülkelerine döviz gönderdiği dikkate alırsa, bu bölgedeki etkinin de yüksek olacağını tahmin etmek zor değil. Örneğin Kırgızistan’ın GSYH’sının yüzde 29’unu, Rusya’da havayolu sektöründe çalışan Kırgızların gönderdiği dövizler oluşturuyor. Rus Rublesi’nin ABD Doları karşısında değer yitiriyor olması, Rusya’dan diğer ülkelere giden işçi dövizlerinin de düşmesine neden oluyor.

“Para transferi hizmetleri iyileştirilmeli”

Bu negatif trendden en az etkilenen bölgeninse Doğu Asya ve Pasifik bölgesindeki ülkeler olduğu belirtiliyor. Araştırma, “Bu bölgede ekonomileri büyük ölçüde işçi dövizlerine bağımlı olan bazı ülkeler, bu etkinin üstesinden gelmek için maliye politikalarını yürürlüğe koyarak etkiyi azaltma yolunu seçti” değerlendirmesi yapıyor. Uluslararası para transferindeki yüzde 20’lik düşüşte gelir kaybının yanı sıra lojistik sıkıntılar da rol oynuyor. Çünkü küresel para transfer hizmetlerini sağlayan “mahalle dükkanlarının” salgın nedeniyle kapalı olması ya da günün belirli saatlerinde hizmet verebilmesi para transferi rotalarını erişilmez hale getirdi.

Dünya Bankası başekonomistlerinden Dilip Ratha’ya göre, para transferi hizmeti veren bu tür noktaların çoğu birçok ülkede temel hizmetler olarak sınıflandırılmıyor. Çünkü bu noktalardan kazanılan para miktarı, havalelerin gönderildiği ülkelerin ekonomik faaliyetlerinin büyük



Dilip Ratha

bir bölümünü oluşturmuyor.

Uluslararası para transferi hacmindeki bu düşüşün milyonlarca insanı olumsuz etkileyeceğini düşünen Ratha, “Havale işlemlerinin önemini farkına varmak aslında dünyanın geri kalanını düşünmek ve yardım etmeyi istemekle ilgili bir durum. Artık dünyanın birçok yerinde büyük etki yaratabilecek küçük değişiklikleri gerçekten dikkate alma zamanı” yorumunu yapıyor.

Yüksek ücret ve komisyonların indirilmesi öneriliyor

Dilip Ratha, göçmen işçilerin çalıştığı gelişmiş ülkelere de şu uyarıda bulunuyor: “Ucuz ve vasıflı işgücü ancak göçmen işçiler sayesinde mümkün oluyor. Bu avantajı kullanmak istiyorsanız onlar için artık daha fazla şey yapmalısınız! Kendileri ve aileleri için sağlık hizmetlerine yüksek ücret ve komisyon ödemedi, eve para gönderebilecekleri indirimli bankacılık olanaklarına erişmeleri gerekiyor.”

Geçen yıl işçi dövizleri, tüm zamanların en yüksek seviyesi olan 554 milyar dolara ulaşmıştı. Dünya Bankası, 2021 yılı için bu yıl tahmin edilen 445 milyar doların yüzde 5.6 oranında artarak 470 milyar dolara ulaşacağını öngörüyor.

İşçi dövizlerinin diğer kaynaklara göre daha esnek bir yabancı para girişi kanalı olarak görülmesini öneren Dünya Bankası, doğrudan yabancı yatırımların 2020 yılında yüzde 35, hisse senedi ve tahvil piyasalarının ise yüzde 80 düşeceğini tahmin ediyor. ☹

Covid-19’un küresel para transferlerine etkisi

Yıllık transfer

800 milyar \$



Bölgelere göre para transferi miktarı

2019’a göre değişim

Avrupa ve Orta Asya	% -27
Sahraaltı Afrika	-23
Güney Asya	-22
Ortadoğu ve Kuzey Afrika	-20
Latin Amerika ve Karayipler	-19
Doğu Asya ve Pasifik	-13

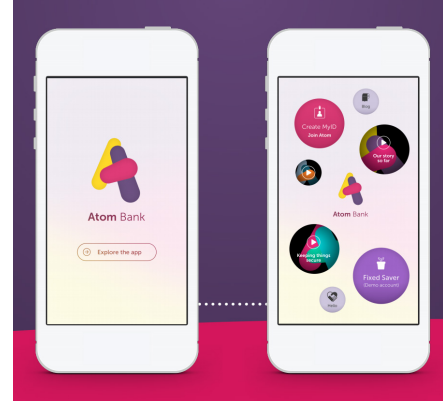
Meydan okuyan BANKACILIK yükseliyor!



NESRİN İLKER PEKER

Gelişen teknolojilere hızlı uyum sağlayamayan, yeni ve kişiselleştirilmiş uygulama geliştirmekte yavaş davranan geleneksel bankalar, yeni nesil bankacılık girişimlerinin hızla yayılmasına yol açtı. Türkiye’de ise yeni nesil banka yani dijital bankacılık geleneksel bankacılık sektörünün içinde yeşerdi...

Son yıllarda gelişen teknolojiler, mobil uygulamalar ve dijitalleşme bizlere birçok alanda yeni imkan ve fırsatlar sunuyor. Özellikle bankacılık sektörü açısından dünya çapında hareketli bir dönem yaşıyor. Girişimci ruhla yola çıkan, yeni dijital teknolojiler kullanan, akıllı telefonlar aracılığıyla müşterilerine hizmet veren, şubeleri olmayan küçük ölçekli perakende bankalar “yeni nesil banka” olarak tanımlanıyor. Bunlardan geleneksel bankaları kendilerine rakip aldıklarını beyan edenlerse “meydan okuyan banka” olarak adlandırılıyor. İnovasyonu, dijital teknolojiyi ve veriyi kullanarak geleneksel bankalarla yarışıyor, onların pazar paylarına ortak olmayı hedefliyorlar. 2008 yılında Amerika’da yaşanan mortgage krizi sonrasında bankacılık sektörüne duyulan güven özellikle Amerika ve Avrupa kıtalarında oldukça azalmıştı. Geleneksel bankacılık sistemi tüketici ihtiyaçlarına cevap vermede büyük sıkıntı yaşıyordu. Bu bağlamda geleneksel bankalar hantal yapıları dolayısıyla gelişen teknolojilere hızlı uyum sağlayamadıkları, kişiselleştirilmiş uygulamalar geliştiremedikleri için farklı arayışlar gündeme geldi ve sonucunda yeni nesil bankalar bir bir doğmaya başladı. Özellikle 2015 sonrası yeni nesil bankaların sayısı katlanarak arttı. Amerika, Avrupa ve



Asya’da toplam sayıları 200’e yaklaştı. Bu süre zarfında milyonları aşan müşteri sayılarına ulaştılar, işlem hacimleri de milyon dolarları buldu.

Kişiselleştirilmiş hizmet, maliyet avantajı, esneklik...

Peki bu bankalar özünde ne sunuyor, neden tüketiciler onları sevdi?

■ Yeni nesil bankaların çoğu, öncelikle sundukları bankacılık hizmetlerini “yeni hayat tarzımız” olarak ifade ediyor. Belirli işlemlere odaklanarak o konuda en hızlı ve kullanıcı dostu uygulamalar sunuyorlar. Geleneksel bankalardaki gibi her konuda ürün çıkarmıyorlar. Böylece tüketiciye onun ihtiyaçlarına göre kişiselleştirilmiş uygulamalar sunabiliyorlar.



■ Şubesiz çalıştıkları için klasik bankalara göre maliyet avantajı elde ediyor ve bunu tüketicinin lehine kullanarak bankacılık işlemlerinde alınan aidat, komisyon, faiz gibi masrafları düşük tutup yüksek faiz oranları veriyorlar.

■ Bankasız/henüz bankalarla tanışmamış müşterileri çekebilmek için ücretsiz ürün veya hizmet teklifleri sunuyorlar. Geleneksel bankalardaki gibi bürokratik süreçler işletmedikleri için hızlı hesap açma ve işlem yapma kolaylığı sağlıyorlar.

■ Teknolojiyi iyi kullandıkları için yeniliklere çok hızlı geçebiliyorlar. Yeni müşteri edinmek ve mevcutların bağlılığını koruyabilmek için müşteri taleplerine 7/24 kesintisiz hızlı dönüş yapıyorlar.

Tabii bu noktada yeni nesil bankaların da diğer bankalar gibi ülkelerindeki düzenlemelere tabi olduğunu, bankacılık lisansı alma zorunluluğu bulunduğunu belirtelim. Bu yüzden lisans almak istemeyen birçok yeni nesil banka geleneksel büyük bankalarla işbirliğine gidiyor. Özellikle Amerika'da bu sayının yüksek olduğunu görüyoruz.

Yeni nesil bankalar, müşterilerine sundukları bazı uygulamalar için büyük bankaların altyapısını da kullanabiliyor. Bunlara ek olarak para yatırma ve para çekme işlemleri için ATM hizmetlerini diğer banka ve kuruluşlarından alıyorlar.

Sundukları ürünler arasında masrafsız mevduat hesapları, yüksek faiz oranlı vadeli hesaplar, düşük ücretli yurtiçi ve yurtdışı para transferleri, uygun oranda kredi verme, anında ek hesap açma ve kullanma, anında fatura ödeme hizmeti, 20 yaş altına özel uygulamalar, öğrencilere özel hesaplar ve krediler, banka kartı ve ön ödemeli kartlar, küçük ölçekli firmalara mikro-yatırım ve mikro-kredi imkanları bulunuyor.

Yeni nesil bankalar bu ürünlerden en fazla üç veya dördüne odaklanıyor. Bu yüzden de ürün yelpazelerinin darlığı ve tüketicinin ihtiyaçlarının tümünün karşılanamayacağı konusunda eleştiriliyorlar. Olumsuz gibi görünen bu durum aslında kişiselleşmiş inovatif uygulamaların önünü açan fırsatlar yaratıyor.

Geleneksel bankalar da boş durmuyor

Yeni nesil bankalar hızla ilerlerken önceliğini mobil, dijital işlemler ve kişiselleştirilmiş ürünlere yöneltmemiş olan geleneksel bankalar da çeşitli adımlar atıyor. Örneğin, büyük bankalar kendi dijital banka lansmanlarını yapmaya başladı. Girişimci ruhuyla doğan yeni nesil bankalarla ne kadar rekabet edeceklerini zaman içinde göreceğiz.

Yeni nesil bankaların şubesiz olması müşteriler için zaman zaman sorun teşkil edebilir. Kullanıcı profilini düşündüğümüzde şubeye gitme ihtiyacı olan müşterilerin geleneksel bankaları tercih etmeye devam edeceği yüksek ihtimal. Ancak yeni nesil bankalar da bu ihtiyaca kayıtsız kalmıyor ve müşterilerinin şubeye erişim ihtiyaçlarını karşılayabilmek için çeşitli kurumlara anlaşarak kart teslimatları ile para yatırma işlemlerinin yapılmasına imkan sağlıyorlar.

En çok merak edilen bir diğer konu da bu bankaların yeterince güvenli olup olmadığı. Her ne kadar bankacılık lisansları olsa da özellikle dijital bankacılıktaki sahtekârlık işlemlerine karşın müşteri verilerinin ve hesaplarının yeterince korunup korunmadığı kaygı yaratıyor. Aslında ban-



kacılık düzenlemeleri ve mevzuatları açısından geleneksel bankalardan çok da büyük bir farkları bulunmuyor.

Türkiye'de geleneksel bankacılığın içinde yeşerdi

Olaya Türkiye açısından bakarsak, henüz yeni nesil bankacılık için lisans alan finansal bir kurumumuz yok. Ülkemiz bankacılık sektörü, teknolojinin kullanımı, dijital dönüşüm ve mobil uygulamalarda hem oldukça ileride hem de donanımlı ve yeniliklere hızla adaptasyon sağlayabilme özelliğiyle de bir adım önde gidiyor.

Amerika ve Avrupa'da yeni nesil bankaların ortaya çıkmasında, geleneksel bankaların teknolojinin gerisinde kalması ve yeni uygulamalar geliştirme konusunda yavaş olması başlıca etken oldu. Türkiye'de ise bankacılık hizmetleri, özellikle mobil uygulamaların hayatımıza girdiği 2000'li yılların başından beri sürekli şekilde içerik bakımından zenginleşti ve teknolojik kabiliyetlerini de artırdı. Birbirinden iyi uygulamalar müşteri kullanımına sunuldu. Bir nevi yeni nesil banka yani dijital bankacılık geleneksel bankacılık sektörünün içinde yeşerdi. Bu yüzden yeni nesil bankaların doğması için Türkiye'de henüz zeminin oluşmadığı değerlendiriliyor. ☹



“BANKACILAR COVID-19'A HAZIRLIKLI YAKALANDI”

KPMG Türkiye, dünyayı sarsan koronavirüs salgınının bankacılık sektörünü nasıl etkileyeceğini analiz etti. KPMG Türkiye Finansal Hizmetler Sektör Lideri Kerem Vardar, “Küresel krize neden olan bu beklenmedik süreçte bankalar, mali ve teknik donanımına sahip olduğunu gösterdi. Bankalar oyunu kurallarına göre oynuyor. Virüsün tamamen kontrol altına alınmasından sonra banka bilançolarında toparlanma hızlı olacak. Sektörün gözü, sürecin hangi kriz senaryosuna uygun olarak ne zaman sona ereceğinde” diyor...



Kerem Vardar

Geçen yıl aralık ayından bu yana hızla yayılarak küresel bir salgına dönüşen Covid-19 tüm sektörlerde ezber bozuyor. KPMG Türkiye, koronavirüs sonrası sektörleri nelerin beklediğini araştırdı. KPMG'nin analizine göre, dünyanın yaşadığı sağlık krizine en hazır sektör bankacılık oldu. Gerek Merkez Bankası gerekse ekonomi yönetimi salgının ekonomi üzerindeki olumsuz etkilerini sınırlayabilmek adına art arda önemli destek paketleri açıkladı. BDDK, TBB gibi finans sektörünün en üst kademesindeki kurumlar da verdikleri güçlü tavsiye kararlarıyla bu süreci destekliyor. Başta kamu bankaları olmak üzere, reel sektöre ve bireysel müşterilere sunulan destekler arasında uygun maliyetli krediler, ödemesiz dönem uygulamaları gibi çözümler yer alıyor.

Mevduat ilgisi azalsa bile krediler açısından risk oluşmayabilir

KPMG Türkiye Finansal Hizmetler Sektör Lideri Kerem Vardar, Covid-19 salgınının küresel ekonomiye bek-

lenenden çok daha ağır bir darbe indirdiğini düşünüyor. Salgının küresel ekonomik faaliyeti neredeyse tamamen bozduğunu belirten Vardar, bunun bankalar tarafında da güçlü yansımaları olacağını öngörüyor: “Bankacılık sektöründe ilk etki kredi büyümesi kanadında bekleniyor. Ekonomik görünümün hızla bozulması ve risk algısının tamamen değişmesi hem bankaların kredi verme iştahını hem de kredi talebini olumsuz etkilemişti. Ancak BDDK'nın bankaların Türk Lirası ve yabancı para likidite yönetimlerinde esnekliğin artırılmasına, reel sektöre kredi akışının kesintisiz devamının sağlanmasına ve salgın nedeniyle etkilenen mal ve hizmet ihracatçısı firmaların KOBİ odaklı yaklaşımla geniş kapsamda desteklenmesine yönelik ilave tedbirler kapsamında aldığı 'aktif rasyosu' kararı, bankaların kredi verme iştahını yeniden artırma hedefini taşıyor. Bu noktada bankaların mevduat azaltma ya da devlet tahvillerine yönelmesi de olasılıklar arasında. Gelişmeler değerlendirildiğinde, 2020 yılının ilk çeyreğinde yaşanan güçlü kredi büyümesi sektör için önemli bir taban oluşturuyor. Yılın iki ve üçüncü çeyreklerinde yaşanacak olası kredi daralmasının -ki 50 milyar

TL'ye çıkarılan KGF limiti de bu etkiyi sınırlayacaktır- bu sebeple faiz gelirleri bacağına çok olumsuz bir etki yaratması beklenmiyor. Öte yandan, hem TCMB hem de FED'in faiz indirimleriyle mevduat maliyetlerini aşağı çekmesi de sektörün gelir tablosu için olumlu bir gelişme. Üstelik salgın önlemi olarak gelişmiş ekonomilerin beklenmedik boyutta faiz indirimleri TCMB'nin indirim politikasında daha hızlı ilerlemesini sağlıyor.”

Bol likidite ve yüksek kârlılık gelirler açısından avantaj

Kerem Vardar, gelirler tarafında da BDDK'nın önlemlerinin etkili olacağını tahmin ediyor. Bu konuda bankalardaki likidite bolluğuna ve yüksek net kârlara da işaret etmeden geçemiyor:

“Kredi erken kapama komisyonlarının sınırlandırılması başta olmak üzere kredi kullanan tarafların rahatlatılması adına atılan adımlar, büyük olmasa da gelirleri bir miktar aşağı çekecektir. Kredi taksitlerinin ötelenmesi, faiz gelirleri kanadında olumsuz bir etki yaratmamakla birlikte nakit çevrimi açısından hafif bir yük oluşturabilir. Ancak bankaların bol likidite pozisyonları düşünüldüğünde bu durumun etkisi görülmeyecektir. Sektörün Şubat 2020 verilerine göre, bankaların toplam gelirleri yüzde 56 arttı. Bankalar, faaliyet giderlerindeki yüzde 19'luk artışa ve net faiz marjlarındaki sınırlı daralmaya rağmen net kârlarını yıllık bazda yüzde 120 artırdı. Aylık bazda değişim ise eksi yüzde 9 seviyesinde.”

Yurtdışı borçlanmadaki ilave maliyetlere dikkat!

Risk tarafının doğru yönetilmesinin önemine de değinen Vardar, “Bu tarafta daha maliyetli bir tabloyla karşılaşıyoruz. Genel görünümün bozulması ve kredi alanların



mali tablolarındaki kötüleşme, bankaların karşılık giderlerini artıracaktır. Bozulan küresel risk algısı, bankaların yurtdışı borçlanmalarında ilave maliyetlere katılmalarına da sebep olacaktır” dedi.

Kerem Vardar, bu sürecin bankalar açısından 2018 yılının son çeyreğinde yaşananlar kadar zorlayıcı ancak kontrol edilebilir olduğuna dikkat çekiyor: “Küresel ve yerel faiz politikaları da bankaların maliyetlerini daha iyi yönetebilmesine olanak tanıyor. Virüsün tamamen kontrol altına alınmasından sonra banka bilançolarında yeniden büyümeler bekleyebiliriz. Ertelemiş yatırım taleplerinin hayata geçişi ve bol likidite ortamı hızlı kredi büyümesi süreci için olumlu bir perspektif sunuyor. Kısacası bankalar bu beklenmedik sürece karşı yeterli mali ve teknik donanımına sahip görünüyor. Bankalar, bu sürecin sona ereceği ve hayatın yeniden normalleşeceği güne dek oyunu yeni kurallarıyla oynayıp ulaşacakları hızlı büyüme trendini bekleyecek.”

BDDK, AKTİF RASYOSUNU GÜNCELLEYEREK KREDİYE 'TEŞVİK' EDİYOR

BDDK, bankaların KOBİ'leri, ihracatçıları ve yatırım projelerini daha fazla desteklemesi amacıyla aktif rasyo hesaplamasında güncelleme yaptı. 1 Haziran itibarıyla geçerli olacak yeni düzenlemeye göre;

- TL mevduat artı yabancı para (YP) mevduat toplamı 25 milyar TL'nin altında kalan bankalara, 31 Aralık 2020 tarihine kadar bu düzenlemeye uyum için süre tanınıyor.

- Aktif rasyonun pay kısmında yer verilen “krediler” kalemindeki KOBİ kredileri, proje finansmanı kredileri ve ihracat kredileri hesaplamada 1.1 katsayısıyla ağırlıklandırılacak.

- 3 aydan kısa vadeli krediler, hesaplamada “krediler” kalemine dahil edilmeyecek.

- Bankaların (kendi aralarında yaptıkları işlemler hariç) müşterileriyle yaptıkları TL cinsi



repolar ve ihraç ettikleri 6 aydan kısa vadeli TL finansman bonoları, hesaplamada aktif rasyonun payda kısmında yer verilen “TL mevduat” kalemi altında dikkate alınacak.

- Bankaların (kendi aralarında yaptıkları işlemler hariç) müşterileriyle yaptıkları YP cinsi repolar, hesaplamada aktif

rasyonun payda kısmında yer verilen “YP mevduat” kalemi altında dikkate alınacak.

- Aktif rasyonun payda kısmının hesaplanmasında, “YP mevduat” kalemi toplamının YP kredilere kadar olan kısmına 1; YP kredileri aşan kısmına ise 1.75 katsayısı uygulanacak.





eIDAS'IN AVRUPA'YA KAZANDIRDIKLARI

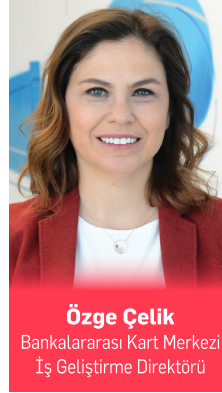
İnsanlar doğduğu andan itibaren kendilerini tekil olarak tanımlayacak kimlik bilgilerine sahip olur. Zaman içerisinde bu bilgilere eğitim, iş gibi yenileri eklenerek genişler. Diğer yandan her geçen gün daha da artan bir ihtiyaçla bu bilgileri kullanarak kimliğini doğrulama, kendini ispat etme gerekliliği doğar. Hızın, ürün ve servislere her an her yerden erişebilmenin kısaca dijitalleşmenin etkisiyle de kişilerin kendine ait olan bu bilgileri fiziksel dokümanlar aracılığıyla paylaşması ve kendini bu şekilde ispatlamak zorunda olması gittikçe zorlaşır. İşte bu nokta da hayatımıza dijital kimlik ve

sağlayacağı faydalar girerek aklımızın bir köşesini bu işlerin nasıl daha iyi olabileceği sorusu meşgul etmeye başlar. Mayıs ayında FinTech İstanbul dijital bulaşmalarının sekizincisinde bu konuyu INTED firmasının kurucusu Haluk İnanmış ile tartışma fırsatı buldum.

Kendisi uzun yıllardır Almanya'da yaşayan Haluk Bey'e orada şubeye gitmeden bir banka hesabı açılıp açılmayacağını sorduğumda, bunun 3 yöntemi olduğunu anlattı:

- Postane şubelerine giderek fiziksel olarak kimlik doğrulamadan geçilmesi,
- Bankaların dijital kanallarından video görüşmesiyle kimlik teyidinin yapılması,
- Bankaların kimlik kartınız üzerindeki bilgileri cep telefonunuzdaki NFC özelliğiyle alması...

Bu yöntemlerle dünyanın geri kalanından çok da büyük



Özge Çelik
Bankalararası Kart Merkezi
İş Geliştirme Direktörü

farklıklar göstermeyen Avrupa'yı dijital kimlik konusunda bir adım öteye taşıyan önemli bir düzenleme var ki o da 2014 yılında hayata geçirilen eIDAS.

İçerisinde elektronik kimlik ve elektronik imza/sertifika olmak üzere iki farklı düzenleme barındıran ve bugün 14 ülkedeki 35 dijital kimlik sistemini destekleyen eIDAS'ın gelişimi özetle şu şekilde olmuş:

- 2015 yılında gönüllülük esasıyla ülkeler karşılıklı olarak birbirlerinin dijital kimlik sistemlerini eIDAS üzerinden kabul etmeye başlamış.

- 1 Temmuz 2016'da elektronik imza/sertifika hayata geçirilmiş.

■ Eylül 2018'de ise kurumlar karşılıklı olarak birbirlerinin eIDAS sistemiyle uyumlu kimlikleri kabul etmeye başlamış. 2014'ten başlayarak programa dahil olan ülkeler, yerel kimlik sistemlerini eIDAS'a bağlayabilmek için kendi node'larını geliştirmiş. Bu şekilde örneğin eIDAS'a üye bir ülke vatandaşı olan öğrenci aday, yine üye bir başka ülkedeki üniversiteye başvuru yapmak istediğinde üniversitenin sayfasına kendi kimlik bilgilerini girebiliyor. Bu bilgiler eIDAS bağlantısıyla kendi ülkesinin sistemine (node) gönderiliyor ve yerel kimlik sorgulamadan öğrenciye ait tüm veriler ekrana getiriliyor. Öğrenci üniversiteyle paylaşmak istediği bilgileri seçip işlemi de onaylayarak tamamen kendi kontrolünde kimlik verilerini üniversiteye iletmış ve başvurusunu yapmış oluyor.



Avrupa'da finans kuruluşlarının en önemli gündem maddelerinden biri olan açık bankacılığın da ayrılmaz bir parçası diyebileceğimiz dijital kimlik kendini, hem bireylerin "güçlü kimlik doğrulaması" ile doğrulandığı ve üçüncü partilere yetki verdiği hem de lisans almış kurumların bankalardan API hizmeti alabilmeleri için sertifikalarını beyan ettiği aşamalarda karşımıza çıkıyor.

Kuşkusuz sadece açık bankacılık değil dijitalleşen dünyanın olmazsa olmazı dijital kimlik, son kullanıcı için başvuru, kayıt gibi tüm doğrulama adımlarını dijitalleştirirken kurumlar için de iç verimliliği artırmaktan yeni iş

modelleri yaratabilmeye kadar sayısız fırsatı beraberinde getiriyor. Zaten içerisinde bulunduğumuz Covid-19 sürecinde de uzaktan doğrulamanın ne kadar gerekli olduğunu bir kez daha görmüş olduk. Dünyada başarılı örneklerini gördüğümüz dijital kimlik ekosistemlerinin ülkemizde de oluşmaya başladığını görüyoruz. Herkesi kapsayacak, kimlik sahibinin kendisi tarafından yönetilebilecek, her yerden her an ulaşılabilir ve kalıcı olacak kimlik bilgilerimizin dijital dünyada ürün ve hizmetleri bir adım daha ileriye taşınmasını, bunun için kamu ve özel kurum işbirliklerinin artarak hayatımıza girmesini bekliyoruz.

Dünya genelinde açık bankacılığa sıcak bakılıyor

Finastra tarafından hazırlanan ve dünya çapında 774 bankanın dahil olduğu araştırmaya göre, bankaların yüzde 86'sı önümüzdeki 12 ay içinde açık bankacılık yeteneklerini geliştirmek için API kullanmak istiyor. ABD, İngiltere, Singapur, Fransa, Almanya, Hong Kong ve BAE'deki finans kurumları arasında koronavirüs salgını öncesinde yü-

rütülen araştırma, API'lerin benimsenme olgunluğunu ortaya koyuyor. Ayrıca coğrafyalar arasındaki düzenlemelerin iyileştirilmesi çağrısında da bulunuyor.

Özellikle Hong Kong (yüzde 62), Fransa (yüzde 50) ve Singapur'da (yüzde 49) inovasyonu teşvik etmek için yeterli hükümet ya da endüstri desteği olmadığını düşünüyor.

Araştırma, 2020 yılında açık API'lerden faydalanmak isteyen finans kurumlarının arttığını da ortaya koyuyor. En çok artış yüzde 23 ile ABD ve yüzde 17 ile İngiltere'de gözlemlendi.

Araştırmada öne çıkan detaylardan biri de müşteri deneyimi üzerine. Ankete katılan bankaların yüzde 30'u açık bankacılığın daha iyi bir müşteri deneyimi sunmada somut etkili olduğunu düşünüyor.

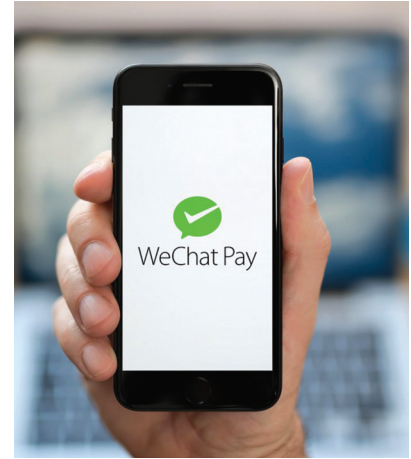


İsveçli bankalar kara para aklamaya karşı savaş açtı

İsveç'in en büyük 5 bankası Danske Bank, Handelsbanken, Nordea, SEB ve Swedbank, İsveç Kara Para Aklamayı Önleme Girişimi'ne (SAMLIT) katıldı. Pilot hazırlıkları başlatılan projenin önümüzdeki yıl faaliyete geçmesi planlanıyor. "Kara Para Aklama Yasası" polise bankalardan iki taraflı talep etme hakkı sunsa da SAMLIT çatısı altında mali polis ve 5 büyük bankanın tespit ettiği yöntemler, şüpheli işlem modelleri ve yeni suç türleri hakkındaki bilgilerin kolektif bir şekilde paylaşılmasını sağlayacak.

Danske Bank Ülke Müdürü Johanna Nordberg, konuyla ilgili "Finansal suçlar,

adeta bukalemun gibi sürekli biçim ve kalıp değiştiriyor. Bizim için bu işbirliği artan verimlilik ve proaktivite anlamına geliyor. Pilot çalışmada elde edilen deneyimin, bankalar arasında şüpheli faaliyetler hakkında bilgi paylaşmak için daha iyi olanaklara yol açacağını umuyoruz" açıklamasını yaptı. Geçen mart ayında İsveç'in finansal hizmetler otoritesi, Swedbank'a kara para aklama ihlalleri nedeniyle 385 milyon dolar para cezası vermişti. İsveç, özellikle Covid-19 salgınıyla beraber tekrar gündeme gelen bu konunun üzerinde durarak finansal suçlar ve terörizmin finansmanıyla mücadelesini sürdürüyor.



WeChat'ten kişisel kredi notu hizmeti

Çin merkezli mesajlaşma, sosyal medya ve mobil ödeme uygulaması WeChat, tüketiciler için kişisel kredi notu hizmeti olan "ödeme puanları" özelliğini kullanıma sundu.

Asian Times Financial'in haberine göre "ödeme puanları" tüketicilerin kredi kayıtları, tüketim alışkanlıkları ve farklı faktörleri içeren yapay zeka tabanlı bir sistem tarafından hesaplanacak. WeChat, kullanıcılara bir güven değeri atayacak. Böylelikle yüksek ödeme puanına sahip kullanıcılar Tencent tarafından "güvenilir" ya da "güvenilmez" olarak belirlenebilecek.

WeChat, "ödeme puanları" özelliğinin Equifax gibi kişisel kredi derecelendirme sistemlerine benzer bir işlev görecektir. Dolayısıyla şirket yetkilileri, bankalar da dahil olmak üzere küçük ticari kurumların kişisel kredi değerlendirmesi için kredi raporunu kullanabileceğini belirtiyor. ☹

WHATSAPP ÜZERİNDEN SATIŞ YAPABİLECEĞİNİZİ BİLİYOR MUYDUNUZ?



Sabrican Zaim

Facebook, Messenger, Instagram, Telegram, Etsy, SMS, WhatsApp uygulamaları üzerinden online alışveriş yaptıran Paymes, Azerbaycan'ın ardından Ortadoğu ve Kuzey Afrika bölgeleri için de linkle ödeme çözümü sunmaya hazırlanıyor..

Paymes, altyapısını geliştirdiği linkle ödeme platformuyla, sosyal medya üzerinden yapılan alışverişlerde alıcı ile satıcının bir mesajlaşma uygulamasını kullanarak kolayca alışveriş yapmasını sağlıyor. Şirketin kurucu ortağı Sabrican Zaim, "Sosyal ticaret kavramı ortaya çıktığından beri bu alanda yapılacak ödemelerin güvenle ve hızlı bir şekilde gerçekleştirilmesi için çalışmalar yürütüyoruz. Bir FinTek şirketi olarak güvenli alışveriş hizmeti sunmanın yanı sıra kullanıcıyı doldurulması gereken uzun formlardan ve teknik detaylardan kurtarıyoruz. Son derece kolay ve etkili yeni nesil bir ödeme platformu olarak, satıcıların 20 saniye içerisinde satış linki oluşturmaya imkan sunuyoruz" diyor.

Facebook, Messenger, Instagram, Telegram, Etsy, SMS, WhatsApp uygulamaları üzerinden hizmet veren Paymes, kısa bir süre önce ilk yurtdışı açılımını Azerbaycan'a yaptı. Zaim, önümüzdeki dönemde Paytabs işbirliğiyle MENA (Ortadoğu ve Kuzey Afrika) bölgesine de Arapça dilinde linkle ödeme çözümü sunacaklarını açıklıyor.

Bu arada Paymes'in, Türkiye startup ekosisteminde 2019 yılında yatırım alan sayılı şirketlerden biri olduğunu belirtelim. Şirket, Haziran 2019'da Suudi Arabistan merkezli risk sermayesi fonu DAAL, Azerbaycan İnovasyon Ajansı ve bir melek yatırımcının katılımıyla aldığı 6 milyon TL'lik yatırımla dikkat çekmişti.

Dünya çapında ilk WhatsApp entegrasyonu

Sabrican Zaim, Paymes'in dünya çapında chatbot tabanlı tek ödeme sistemine sahip şirket olduğunu vurguluyor: "Yenilikçi ve lider vizyonumuzla sosyal ticareti geliştirmeye devam ediyoruz. Hatırlanacağı gibi, kısa



bir süre önce Endeavor Türkiye Ülke Adayı seçilmişti. Nisan ayında duyurduğumuz yeni geliştirmeye de dünyada WhatsApp'a ilk ödeme botunu entegre eden şirket olduk.”

Zaim'in verdiği bilgilere göre, dünya çapında sosyal ticaret hacmi 60 milyar dolara ulaştı. 2021 yılı beklentisi ise 166 milyar dolar. Sosyal ticaret pazarının büyümesinde akıllı telefonların rolü büyük. Sosyal medya hesaplarına istenilen her yerden ulaşma imkanı veren bu araçlar insanların vazgeçilmez haline geldi. Özellikle WhatsApp, akıllı telefonlarda en çok kullanılan anlık mesajlaşma uygulaması olarak öne çıkıyor. Facebook'un son açıklamasına göre aktif kullanıcı sayısı 2 milyarı geçen WhatsApp'ı dünya genelinde yaklaşık olarak her 4 kişiden 1'i kullanıyor. İnsanlara hız vaat eden bu mesajlaşma uygulamasının kaçınılmaz olarak satıcılar tarafından da kullanılacağı öngörülüyordu. Zaim, “Paymes olarak sosyal ticaret yapanların her türlü kolaylığa erişebilmesi için çalışmalar yürütüyoruz. WhatsApp'ın uygulama yeteneklerini genişletmesinin ardından biz de bu alanda geliştirmeleri tamamlayarak dünyada bir ilk olma özelliği taşıyan WhatsApp ödeme botunu canlıya aldık” diyor.

Herhangi bir web sitesine ihtiyaç duymadan satış yapanlar, halihazırda Facebook Messenger ve Paymes'in web tabanlı chatbot'u üzerinden 20 saniye

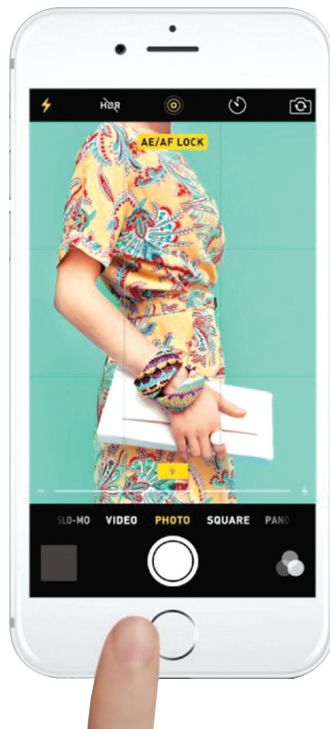
içerisinde ödeme linklerini oluşturup ödeme alabiliyor. Paymes'in yeni geliştirmesiyle akıllı ödeme chatbot'u artık WhatsApp üzerinden de saniyeler içerisinde ödeme alma imkanı sağlıyor. Zaim, yeni özellikle ilgili şu bilgileri paylaşıyor:

“Paymes'in duyurduğu son yenilikle artık herhangi bir ürün veya hizmeti satmak istediğinizde onun için bir web sitesi ya da ödeme platformuna gitmenize gerek kalmıyor. Bir ürün satmak istediğinizde WhatsApp içe-

risinde yer alan akıllı ödeme botuyla bir arkadaşımızla sohbet eder gibi konuşup ürününüzün özelliklerini, fotoğrafını, fiyatını yazarak 20 saniye içerisinde bir satış linki oluşturabilir ve dilediğiniz mecradan alıcılarımızla paylaşabilirsiniz. Bireyler ve kurumlar için elektronik ticaret bilgi birikimi, cihaz ve aplikasyon bağlılığı, şirket sahibi olma zorunluluğu olmaksızın kullanıcılarımıza yeni ürünler sunmaya devam edeceğiz.”

Kurumsal tahsilat paneli

Kurumsal şirketlerin kendilerine özel paneller oluşturarak QR kodla ödeme alabildiği, API özelliğiyle pek çok platforma entegre edebildiği ve link aracılığıyla ödeme işlemi yapabildiği kurumsal Paymes uygulaması da 2019'un son çeyreğinde kullanıma açılmıştı. Paymes, bu uygulamayla kurumların da hem müşterileri hem de tedarikçileriyle





tahsilat işlemlerini 20 saniye gibi kısa bir sürede yapmalarını sağlıyor.

Sabricean Zaim, "Kurumsal müşterilerimizin satın alma, satış ve kiralama gibi işlemlerinde büyük bir hız sunuyor; müşteri deneyimlerini iyileştirerek rekabette bir adım öne çıkmalarını sağlıyoruz. Kurumsal Paymes halen Türkiye'de emlak, turizm, mağazacılık gibi önemli sektörlerde faaliyet yürüten kurumsal şirketler tarafından tercih ediliyor" diyor.

Kurumsal Paymes'i kullanan şirketler, kendilerine özel

kurgulanan panellere giriş yaptıktan sonra ürün fotoğrafı ve fiyatı gibi bilgileri girerek 20 saniyede tahsilat linkini oluşturup SMS, WhatsApp, e-mail ve tüm sosyal mecralardan karşı tarafla paylaşabiliyor. Müşteriyle yüz yüze olunan durumlarda ise "yüz yüze satış" sekmesini seçerek müşterilerinin cep telefonuna o müşteriye özel ödeme linkini SMS ile gönderebiliyorlar.

Kurumsal Paymes'te bir diğer ödeme alma yöntemi de QR kod. Şirketler QR kodu indirip kasa gibi alanlara yapıştırabiliyor; ekrandan fiyat ve ürün adı değişikçe QR kodun da otomatik güncellendiği işlemlerde telefonla ödeme yapılabilir. Müşteriler ise ödeme işlemlerini gönderilen tahsilat linki, yüz yüze ödeme linki veya QR ile yapıyor.

Kurumsal Paymes'te yer alan API özelliği ise web sitesi üzerinden ödeme almak isteyen şirketlere hitap ediyor. Paymes API entegrasyonu ile ödeme çözümünü hızlıca web sitesine entegre eden şirketler, ek hiçbir geliştirme adımına ihtiyaç duyulmadan ödeme alabiliyor.

Paytabs entegrasyonu

Paymes'in 2020 hedefleri arasında MENA bölgesine açılmak da vardı. Bu kapsamda bölgede bir ofis açmayı planlayan şirket, yeni duyuracağı Paytabs işbirliğiyle GCC (Körfez Arap Ülkeleri Konseyi) bölgesinde hizmet vermeye başlayacak. Bahreyn, Kuveyt, Umman, Katar, Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri'nde Arapça dilinde ödeme alıp, ödeme yapılabilir hale gelecek.

Sabricean Zaim, "Özellikle Körfez ülkelerinde sosyal ticarete yoğun ilgi var. El emeği ve lüks ürünlerin sosyal ticarete satışı oldukça yüksek. Tekli satış işlem ortalamasının 350 dolar olması da bu pazara ilginin artmasında etkili oldu. Haziran 2019'da aldığımız yatırımı bu pazarda değerlendirmeyi planlıyoruz. Paytabs işbirliğiyle GCC bölgesinde güçlü adımlar atacağımıza inanıyorum" diyor.

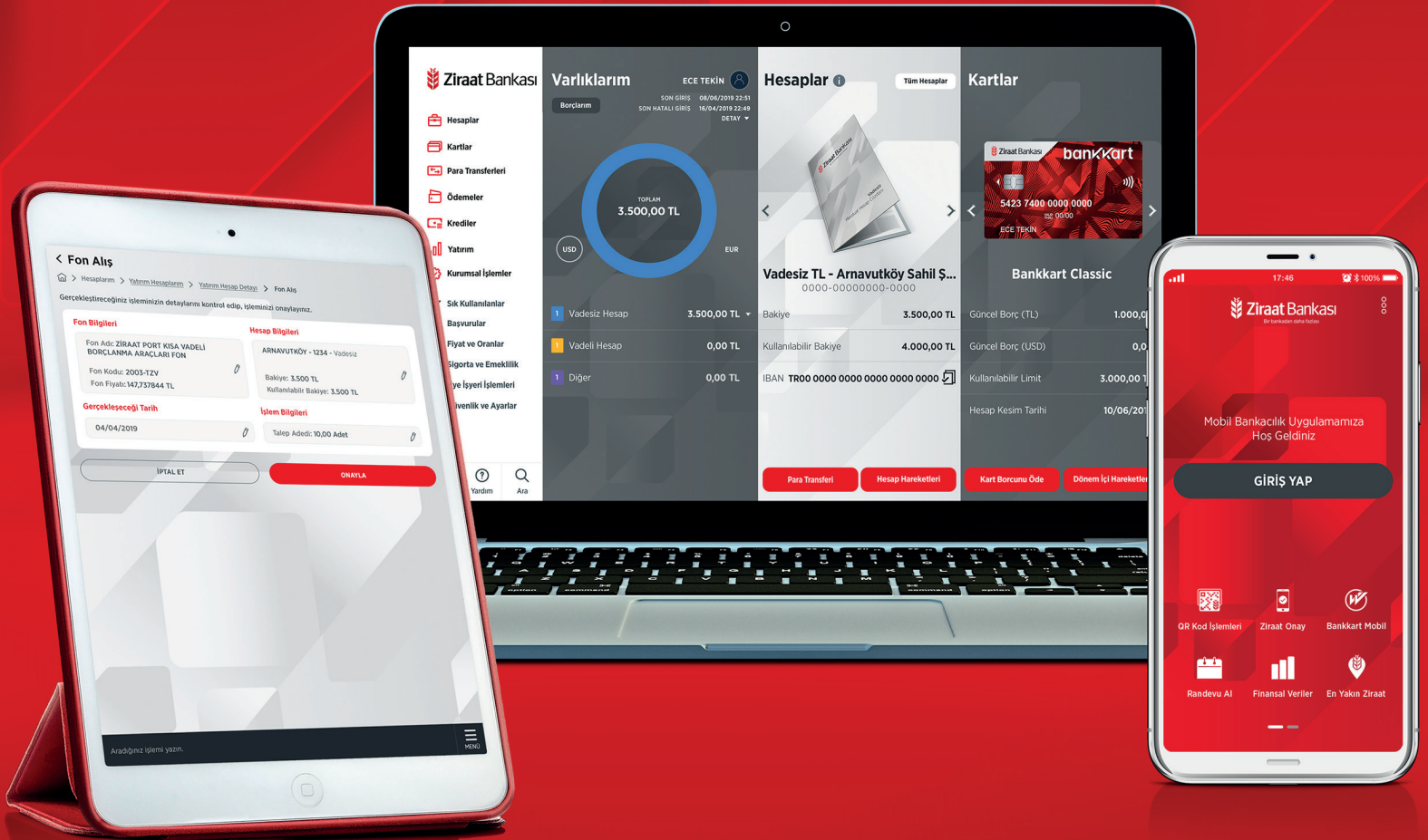
KORONAVİRÜS GÜNDEMİNDE ÖRNEK PROJE

Paymes, geçen nisan ayında Avon ile bir işbirliğine imza attı. Sabricean Zaim, Covid-19 salgınına da dikkate alarak hem Avon müşterilerinin hem de temsilcilerinin sağlığını korumak adına önemli bir adım attıklarını vurguluyor ve işbirliğinin ayrıntılarını şöyle anlatıyor:

"Bu dönemde birey ve kurumların tahsilat kabiliyetinin zorlaştığı bir gerçek. Müşteriler de nakit ödemedenden daha fazla kaçınmaya başladı. Bu gibi zorlukları göz önüne alarak geliştirdiğimiz işbirliği doğrultusunda Avon satış temsilcileri, artık ödemelerini Paymes aracılığıyla akıllı telefon üzerinden online olarak istedikleri platformdan alabiliyor. 81 ilde ikamet eden on binlerce Avon temsilcisinin hayatını kolaylaştıracak bu işbirliğiyle temsilciler, 20 saniye gibi kısa bir süre içerisinde satmayı planladıkları ürünlere ilişkin satış linklerini kendilerine özel Paym.es panelinde hazırlayıp ilgili ödeme linklerini alıcılarıyla paylaşabiliyor. Satacakları Avon ürünün bilgilerini ekledikten sonra karşı tarafa iletecekleri bir link elde eden temsilciler, bu linki alıcıya SMS, Instagram, Facebook, WhatsApp, Twitter gibi online platformlardan iletebilecek. Ödemelerse ertesi iş günü temsilcilerin hesabına aktarılacak."



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



“Salgın, iş modelimizin ne kadar isabetli olduğunu kanıtladı”

Bankacılığın dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler ışığında değişen DNA'sı salgının da etkisiyle yepyeni bir boyut kazandı. Bu dönemde hepimiz yeni farkındalıklar kazanırken beklentiler daha da dijitalleşti. Salgınla birlikte bankacılık sektörü ciddi bir sınav verdi, bankalar fiziksel anlamda şubelerini kapatırken dijital kanallar çok rağbet gördü. Zorunlu evden çalışmayla birlikte finans ve teknoloji sektöründe çalışanların büyük bir kısmının rüyası da böylece gerçekleşmiş oldu. Bu dönemin kazananlarıysa “uzakta ama birlikteymiş gibi” çalışmayı başaranlar oldu. Çalışma hayatında birçok taş yerinden oynarken Aktif Bank Genel Müdür Yardımcısı Betügül Toker’in deyim yerindeyse bilgisayarının kapısını çaldık ve sorularımızı yönelttik. Dijitalin, dijitalleşmenin tam da odak noktasında olan Toker ile salgın sürecinde aldıkları önlemleri, dijital alandaki projelerini ve Aktif Bank’ın hedeflerini konuştuk. İşte başarı, kadın yönetici adaylarına tavsiyeler, pozitif ayrımcılık ve daha fazlası...



Zirve
Sohbetleri

Tülin Çakmak

tulin.cakmak@gundemmedyagrubu.com



Betügül Toker
Aktif Bank Perakende
Dijital ve Ödeme Sistemleri
Genel Müdür Yardımcısı

Betügül Toker kimdir, Aktif Bank ile kesişen kariyer öykünüzü anlatabilir misiniz?

İtalyan Lisesi’nden sonra Bilkent Üniversitesi’nde Ekonomi üzerine lisans eğitimimi tamamladım. İş yaşamına Finansbank bünyesinde MT olarak adım attım. 2000 yılında o dönemin yeni ve yükselen yıldızı olan kredi kartları ve ödeme sistemlerinde sırasıyla ürün yönetimi, marka yönetimi, üye işyeri ilişkileri ve analitik faaliyetlerde görev aldım. 8 yıl boyunca çeşitli düzeylerde yöneticilik yaptığım Finansbank’tan 2008 yılında ayrılarak Akbank’a geçtim. Akbank’taki en önemli girişimim Analitik Pazarlama ekibini kurmak ve artık “pazarlamada rakamdan müşteri önermelerine gitmek” yaklaşımını oturtmak oldu. 2012 yılının haziran ayında

Türkiye’de sıfırdan kurulmakta olan Lübnan merkezli Bank Audi’den (Odeabank) “perakende bankacılık tarafındaki kredili ürünleri” için ekip kurma teklifini aldığım da bunu büyük bir heyecanla kabul ettim. Yepyeni bir bankanın kuruluş aşamasını koordine etmek, benim için büyük bir meydan okuma fırsatı olacaktı. Mart 2018’de hayal ettiğim tüm projeleri hayata geçirebileceğim sözü ve misyonuyla Aktif Bank’tan Genel Müdür Yardımcılığı teklifi aldım. Bankanın dünya genelini içeren stratejileri ve vizyonuyla benim yeni yapmak istediğim her şey neredeyse tamamen örtüşünce sırasıyla Perakende Bankacılık, Dijital Bankacılık ve Ödeme Sistemleri Grubu altında; Perakende & Dijital Bankacılık ve CRM Bölümü, Ödeme Sistemleri ve



Ürün Geliştirme ve İnovasyon Bölümü, Alternatif Dağıtım Kanalları Operasyonları ve İletişim Merkezi Bölümü, Kurumsal İletişim Bölümü, Yasal Takip ve Collection faaliyetlerinin sorumluluğunu içeren görevime, benim için çok anlamlı olan bir günde 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nde başladım. O tarihten bu yana mensubu olmaktan büyük bir onur duyduğum Aktif Bank bünyesinde Genel Müdür Yardımcısı olarak görevimi sürdürüyorum.

Aktif Bank'ta dijital bankacılık ve ödeme sistemleri gibi sürekli değişim-dönüşüm içerisnde olan bir birimi yönetiyorsunuz, bu alanda çalışmak sizi nasıl besliyor?

Teknolojik gelişmeler ve dijitalleşme, bankacılığın DNA'sını değiştirdi. Dijital dönüşüm, bireylerin beklentilerini de dijitalleştirdi. Geçmişte sorgulamadan ödediğimiz işlem ücreti, masraf, komisyon gibi kalemler artık dijital dünyada yer almıyor. Hatta fiziksel temas gereken işlemlerde artık müşteriyi şubeye davet etmek yerine, kendisini ziyaret etmek çok daha efektif ve beklenen bir hizmete dönüştü.

Dijital bankacılığa artık sadece bir internet şube uygulaması olarak bakmamak gerekiyor. Müşterilere ihtiyaç duydukları anda ve yerde hizmet sunabilmek, sağlanabilecek faydaların başında geliyor.

Bu alanda çalışmak 360 derece düşünmeye, algıları hep açık tutmaya, bir anlamda sürekli bir maraton halinde olmaya zorluyor. Ürün ve hizmetleri kullanıcı dostu tasarımlarla bütünleştirmek, küresel kabullerle süreçleri güncellemek artık dijital yaşamımızın bir parçası. Bu heyecanlı maratonun içinde bulunmanın stresten çok hedefe ulaşma motivasyonu sağladığını düşünüyorum ve bu şekilde yorumluyorum. Bankacılığa başladığımda nasıl alternatif dağıtım kanalları ve kart sektörü yeniyse, şimdi de dijital bankacılığın yepyeni bir trend olduğunu görüyorum ve sektörde bunun öncüsü olmak adına tüm atılımları herkesten önce hayata geçiriyoruz. Aktif Bank olarak, bankacılığın ötesinde tamamen finansal teknoloji odaklı bir ürün ve hizmet ekosistemi sunuyoruz. Burada sunulanlar sadece bankacılık ürünleri değil. Bu ekosistemin bir parçası olan her müşteri, hayatının 360 derece ihtiyaçlarını tek bir platformdan halledebilir hale geliyor. Bu da hem bankamızı hem de çalışanlarımızı diri tutuyor. Ekip olarak hepimiz bu anlamda her ihtiyaçtan yenilik yaratarak besleniyoruz.

PSM ödülleri içinde geçen yıl N Kolay ürününüzle Gümüş PSM kazandınız. N Kolay'ın inovatif özelliklerini bir de sizden dinleyebilir miyiz?

Hızla gelişen teknolojiye proaktif bir yaklaşımla yanıt vermek ve müşterimizin hayatında "müthiş kolaylık" sağlayarak ihtiyaç duydukları her an, her yerde yanlarında olmak için çalışıyoruz. N Kolay çatı markamız altında geliştirdiğimiz pek çok ürün ve hizmet de bu anlayışımıza hizmet ediyor.

2019 başında yayına aldığımız N Kolay Mobil uygulamasıyla 200 TL'den 500 bin TL'ye geniş yatırım limitleriyle tüm gelir grubundan bireysel müşterilerin tamamen dijital kanallardan bono olarak yatırım yapmasına imkân sunduk. Aynı zamanda uygulamada işlemlerin

aktif bank

havale/EFT masrafı olmadan kolaylıkla ve hızla yapılabilmesini sağladık. N Kolay uygulaması ilk günden itibaren benimsendi ve 2019'un son günlerinde yapılan çalışmalarla da bu uygulamaya; fatura ödeme ve anlık döviz alım satım imkânı, FX platformu gibi yeni özellikler eklendi.

Dijital dünyayı odak noktasına taşıyan bir banka olarak 1 yılda 1 milyon adet kredi başvurusu aldık. 2019'da İhtiyaç kredisi alanında ezber bozan dijital satış stratejimiz sayesinde sektörün yüzde 23 ortalamasına karşılık, N Kolay Kredi ürünü 2 katın üstünde yüzde 50 büyümeye yakaladı.

Bu yıl "N Kolay Öde" hizmetimiz sayesinde Türkiye yepyeni bir ödeme sistemiyle tanıştı. N Kolay Öde aracılığıyla işyerleri, mağazalar ve online ortamda satış yapanlar QR kodla kolay ve hızlı bir şekilde alışveriş deneyimine kavuştu.

Şehir yaşamının can damarı olan ulaşım sektöründe de yıllardır hizmet veriyoruz ve sektörde örneği olmayan Ankara Kart Mobil uygulamasını da geliştirmeye devam ediyoruz. İndirilme sayısı yarım milyona ulaşan bu uygulamayla müşteri ediniminin yüzde 68'ini mobil kanallardan üzerinden sağladık. Bankanın alışveriş ve ulaşım işlemlerini tek bir kartta birleştirdiği N Kolay Ankara Kart sayısı ise yaklaşık 600 bine ulaştı.

Dijital gelişime öncülük etmeye devam ederek hizmetlerimizi sürekli güncellemek ve müşterilerimize sunduğumuz her ürün ve hizmetimizle "N Kolay" dedirtmek bir numaralı hedefimiz olarak kalacak.

Aktif Bank'ın 2020 hedefleri neler? Müşterilerinizi ne tür yenilikler bekliyor?

Dünya genelinde yaşanan son gelişmeler bizim iş modelimizin ne kadar isabetli olduğunu kanıtladı. Dijital iş yapış biçimimizi geliştirdiğimiz iş modelimizde müşterilerimize teknoloji odaklı inovatif çözümler sunuyoruz. Bankacılık lisansına sahip bir FinTek ekosistemi olarak tanımladığımız Aktif Bank'ta hızlı, esnek ve maliyet avantajlı sonuçlar üretiyoruz. Önümüzdeki dönemde özellikle API (uygulama programlama arayüzü) ile birlikte hizmetlerimizi her alana yaymayı amaçlıyoruz. Bu stratejiyle hizmet ağıımızı tüm dijital platformları kapsayacak şekilde genişletiyoruz. İlerleyen dönemde de ödeme altyapıları odaklı mobil teknolojilere, yapay zekâ destekli dijital hizmetlere ve açık bankacılık uygulamalarına yatırım yapmaya, daha büyük bir şevkle devam edeceğiz. Müşterilerimizi bekleyen en önemli yenilik, N Kolay uygulamasımızdaki ürün çeşitliliğini artırmak olacak. "Her Şey N Kolay" mottomuzla yola çıkarken önce müşterinin parasını yönetebilmesini, sonra harcamalarını ve ödemelerini yapabilmesini hedeflemiştik. Adım adım bu hedefi takip ediyoruz. Türkiye'nin ilk dijital bonosunu N Kolay uygulamasında müşteriyle buluşturduktan sonra para transferleri, N Kolay FX, repo ve fatura ödemeleriyle ha



yatlarını kolaylaştırdık. Şimdi diğer fon ve varlık yönetim işlemlerini yapacakları fonksiyonları devreye alacağız. Müşterilerimize dijital kredi ve kartlarla online’da mobil olarak hizmet veriyoruz. Bu hizmetler yıl sonuna kadar kompakt bir halde müşterinin cebine yerleşecek.

Kovid-19 salgınıyla her sektör için daha fazla mobil olma gerekliliği de test edilmiş oldu. Biz baştan beri tüm süreçlerimizi esnek olarak kurguladığımız için müşterilerimize kesintisiz hizmet vermeyi başardık. İletişim ve çözüm merkezimiz 7/24 çalışarak evden müşteri ihtiyaçlarına anında cevap verebildi. IVR (sesli yanıt sistemi) ile düzenli olarak müşteri memnuniyeti, NPS ölçümlemesi yapıyoruz; tüm sonuçları özel bir ekiple değerlendiriyoruz ve bu ekip gerektiğinde hemen müşterimizle temasa geçiyor. Teknolojik altyapısı güçlü olan, dahası bunu yalnızca kendi içinde geliştirmekle kalmamış, küresel anlamdaki dijital dünyayla uyumlu hale getirmiş bizim gibi kurumların bu dönemi daha az sarsıntıyla atlatacağını düşünüyorum.

Aktif Bank olarak hâlihazırda 11 şubesi olan ancak çeşitlendirilmiş dijital kanallarla müşterisinin kalbine dokunan bir bankayız. Bu dönemde dijitalleşme yatırımlarımızı, iştraklerimizi de içerecek şekilde artırarak sürdüreceğiz.

2020’de bankacılık sektöründe müşterinin hayatını kolaylaştıracak en büyük yenilik sizce ne olacak?

Salgın döneminde bankacılık sektörü ciddi bir sınav verdi. Kovid-19 sebebiyle bankalar fiziksel anlamda şubelerini kapatırken, müşteriler herhangi bir sorun yaşamadan dijital kanallarda işlemlerini başarıyla yapabildi. Online

ödeme sistemleri de önemli bir büyüme ivmesi yakaladı. Türkiye’de sadece bir aylık süreçte online market alışverişinin yüzde 32 arttığını görüyoruz. Online ödemeyle bir anlamda “zorunlu” olarak tanışan müşterilerin, bu kolaylığı kullanmaya devam edeceğini düşünüyorum. Bu sürecin nakitsiz topluma geçişe hız kazandırmak için bir vesile olacağına inanıyorum. Fizikselin ötesinde, kullanıcı dostu süreç ve ekranlarla hizmet veren her kurum müşterinin daha çok kalbine girecek. Her türlü işlemin kartsız olarak sadece akıllı telefonlarla yapıldığı temassız işlemler, müşterinin ıslak imza sürecinden arındığı ve tamamen görüntülü görüşmelerle finansal hizmet alacağı basit akışlar ve birçok alanda adrese teslim ürünler yenilik akımının birer parçası olacak.

Aktif Bank’ın kadın-erkek çalışan dağılımı nasıl?

Aktif Bank’ın sektörün bir adım önünde olduğunu söyleyebilirim. Bankamızda çalışanlar arasındaki kadın-erkek oranı yüzde 50-50. Üst yönetiminse yaklaşık yüzde 25’i kadın yöneticiler oluşturuyor. Bana bağlı olarak çalışan Perakende, Dijital Bankacılık, Ödeme Sistemleri’nin tüm bileşkeleriyle birlikte çalıştığım ekiplerimde yüzde 50 kadın çalışan hedefimiz bulunuyor. Şu anda yüzde 40’lardayız ve bu hedef doğrultusunda emin adımlarla ilerliyoruz.

Sektörde kadın çalışan istihdamını artırmak için neler önerirsiniz?

Sektörümüzde kadın istihdamının idealin çok uzağında olması, kadın çalışanlar için ön yargıları da beraberinde getiriyor. Ben uygulanacak şirket politikalarının bu sorunu çözeceğine inanıyorum. Örnek vermek gerekirse, “5 yıl içinde yönetim kurulundaki üst düzey kadın çalışan oranını yüzde 30’un üzerine çıkaracağım” gibi bir hedef konulması, kadın çalışan istihdamının da artmasını sağlayacaktır. Küçük bir pozitif ayrımcılık, şirketin ve kadın istihdamının artması anlamında büyük anlam taşıyabilir.

Başarılı bir kadın lider olarak, kariyerinin başındaki kadın yönetici adaylarına ilk tavsiyeniz ne olur?

Başarı hikâyelerini okursanız, genelde “sevdiği işi yapma” noktasında birleştiğini görürsünüz. Eğer bu işi seviyorsanız arkanıza bakmadan yürümeye başlayın, yolunuz mutlaka başarıdan geçecektir. “Gerçekçi ol, imkansız iste” bence iş hayatındaki en önemli motivasyon noktamız olmalı. En azından ben kendim için bunu benimsedim.

Biraz da özel hayat diyelim... Yoğun iş temposunda iş ve özel hayat dengesini nasıl sağlıyorsunuz, hobileriniz neler?

Yoğun bir tempo içindeyiz. Ancak benim sırrım günü verimli kullanmak; “nefes almadan” değil “keyif alarak” yaşamak. Hobilerim arasında ilk sırada spor geliyor. Eski bir sporcu olarak gün içinde mutlaka hareket etmeye önem veriyorum. Baleye yakın ilgi duyuyorum. Kızımın devam ettiği bale okulunun oyunlarını takip ediyorum. Fırsat buldukça, gündemi yakalayan, iş hayatında kullanabileceğim tavsiyeler içeren kitapları okumaya çalışıyorum. ☺

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'a Geleceğin MALAGELS

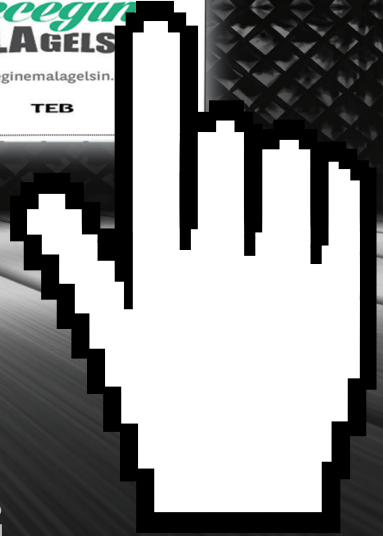
canageleceginemalagelsin.

TEB

DEV MARKALAR

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 > Tümü

TÜRKİYE'NİN
FİNANS MERKEZİ



RAMAZANI BİLGİSAYAR VE TELEFON BAŞINDA ALIŞVERİŞLE GEÇİRDİK



Covid-19 salgınıyla birlikte artışa geçen online alışveriş, Ramazan ayı ve Anneler Günü'nde adeta tavan yaptı. Online alışverişi tercih edenlerin oranı yüzde 61'e çıkarken, alışverişlerde mobil cihaz kullanımı da açık ara öne geçti. Market ihtiyacından sonra en çok sipariş verilen kategoriler giysi, kişisel bakım, çiçek, kitap ve oyun oldu. Büyükşehirlerde yaşayanların en çok arama yaptığı sözcüklerinse "dubleks ev" ve "karavan" olması dikkat çekti...

Online alışverişin artık hayatın bir ayrılmaz bir parçası olduğu özel günlerde çok daha belirgin bir şekilde görülüyor. Ramazan, bayramlar, anneler, babalar, sevgililer günü gibi özel günlerde online alışverişte ciddi bir sıçrama yaşanıyor. Bu yıl Covid-19 salgını nedeniyle mart ayının başından itibaren hızlı bir artış gösteren online alışveriş; Ramazan ayı, Ramazan Bayramı ve Anneler Günü'nün üst üste gelmesiyle adeta tavan yaptı. Araştırmalar, Covid-19 salgınının başlangıcından bu yana da online alışverişin yüzde 60'ın üzerinde artış gösterdiğini ortaya koyuyor. izzico'nun Anneler Günü ve Ramazan dönemini kapsayan online alışveriş istatistikleri, evlerinde kalan tüketicilerin online alışveriş tercihlerine ışık tutuyor. izzico verilerine göre, temassız ödeme avantajı sunan online alışveriş, Ramazan döneminde önceki yıla göre yüzde 49 artış gösterdi. Veriler, mobil alışverişle birlikte özellikle bazı sektörlerde ve ürünlere yönelik talepte önemli bir artışa işaret ediyor.

Mobil alışverişin payı 5 puan artarak yüzde 53'e çıktı

Salgın nedeniyle Anneler Günü ve Ramazan döneminde evlerinde kalan tüketiciler güvenli, hızlı ve kolay alışveriş yapmaya olanak tanıyan mobil alışveriş tercih etti. Ramazan ayından önceki aya göre mobilden yapılan alışveriş adedi yüzde 75 artış gösterdi. Ramazan öncesi 1 aylık dönemde toplam online alışverişin yüzde 52'sini oluşturan bilgisayardan yapılan alışverişler, Ramazan döneminde yüzde 47'ye geriledi. Mobilden yapılan online alışverişin payı yüzde 48'den 53'e yükseldi. Mobilden en çok alışveriş yapılan sektör yüzde 49 ile giyim ve aksesuar oldu. Mobilden en çok alışveriş yapılan diğer sektörlerse çiçek (yüzde 20), kitap-oyun (yüzde 9) ve kozmetik (yüzde 6) oldu. Mobil alışverişte ortalama sepet tutarı Ramazan öncesinde ve sonrasında değişmeyip 100 TL civarında kaldı. Web aracılığıyla yapılan alışverişlerde ise sepet tutarı 236 TL'den 255 TL'ye yükseldi.



Alışveriş iftar sonrasına kaydı

Ramazan'dan önce 21.00 olan en yoğun saat dilimi, Ramazan ayı boyunca iftar saatlerinin etkisiyle 22.00-23.00 oldu. Ramazan döneminde bilgisayardan yapılan alışverişler 19.00-21.00 arası düşüşe geçerken mobil alışveriş aynı seviyeyi korudu. Ramazan ayı boyunca yapılan alışverişlerin yüzde 89'u tek çekim olarak yapıldı.

Ramazan alışverişinde söz sahibi kadınlar oldu

İstanbul yüzde 41 oranıyla Ramazan ayı boyunca en çok online alışveriş yapan il oldu. Bu ilimizi Ankara (yüzde 8), İzmir (yüzde 7), Bursa (yüzde 3), Antalya (yüzde 3) ve Kocaeli (yüzde 2) takip etti. Online alışveriş adedi Ramazan öncesi döneme göre en fazla artan il yüzde 72 ile Düzce oldu. İşlem hacmi en fazla artan il ise yüzde 85 ile Amasya oldu. Verilere göre Karadeniz Bölgesi'nde alışveriş yapanların yüzde 71'i, Ege Bölgesi'nde ise yüzde 70'i kadın. ➔



Çiçek siparişleri patladı

Bu yıl Anneler Günü, Ramazan ayına denk geldi. Bunun da etkisiyle işlem adedindeki en büyük artış yüzde 190 oranla çiçek sektöründe oldu. Çiçek sektörünün ortalama sepet tutarı ise 86 TL.

Ramazan boyunca giyim siparişleri yüzde 76 artış gösterdi. Giyimde ortalama sepet tutarı 170 TL olurken yüzde 67 artış gösteren ev-bahçe sektöründe bu tutar 368 TL oldu. Giyim sektöründeki artışta ikinci el mağazalarındaki yüzde 88 artışın da etkisi oldu.

İkinci el mağazalarından yapılan alışverişlerin ortalama sepet tutarı 65 TL oldu. Online alışverişte giyim sektöründe yüzde 3 oranında etkisi olan ev giyimi, 2020 yılının

Ramazan ayında Covid-19 etkisiyle yüzde 12'ye yükseldi. Bu yıl Ramazan'da en çok para harcanan diğer sektörler ise ev dekorasyonu ve kitap oldu.

Banka şubesi ziyareti yüzde 83 azaldı

Criteo'un 1047 kişiyle görüşerek yaptığı Ramazan dönemi tüketici alışveriş tercihleri araştırması, koronavirüs salgını sebebiyle tüketicilerin nakit para yerine kredi kartı, mobil cüzdan ve diğer elektronik ödeme yöntemlerini tercih ettiğini gösteriyor. Araştırma, banka ziyaretlerinde de yüzde 83 azalma görüldüğüne işaret ediyor.

Katılımcıların Ramazan ve sonrasında market, bakım, elektronik, güzellik, oyuncak ve eve yemek servisleri kategorilerinde daha sıklıkla çevrimiçi alışveriş ve harcama yaptığı dikkat çekiyor. Anket katılımcılarının yüzde 50'den fazlası bayram hediyelerini de çevrimiçi platformlardan satın aldığını belirtiyor. Araştırmada, 25-38 yaş aralığındaki tüketicilerin hediyeleri için 600 TL bütçe ayırdığı gözleniyor. Türkiye'de çevrimiçi platformlarda en çok tercih edilen hediye kategorileri ise giyim, parfüm, bakım ve güzellik ürünleri.

Criteo Gelişen Pazarlar (Türkiye, Doğu Avrupa, Rusya, Ortadoğu ve Afrika) Bölge Direktörü Murat Kalafat, araştırma sonuçlarını şöyle değerlendiriyor: "Koronavirüsün etkilerini her alanda hissettiğimiz bu dönemde birçok sektörün çevrimiçi platformlara yöneldiğine tanık oluyoruz. Bu da dijital ödeme yöntemlerine geçişi kaçınılmaz kılıyor. Yapığımız araştırmada da nakdin yerini; kredi kartı, mobil cüzdan ve diğer elektronik ödeme yöntemlerine bıraktığını görüyoruz. Türkiye geleneksel olarak nakit para kullanımını tercih eden bir ülke ama güvenlik ve hijyen koşulları nedeniyle dijital ödeme yöntemleri daha fazla tercih edilmeye başladı. Dijital ödemelerin bu şekilde benimsenmesi, geri dönüşü olmayan ve salgın sonrasında da devam edecek kültürel bir değişime yol açıyor. Artık şirketler, uzun vadede değişen ödeme yöntemlerinin tüketici davranışları üzerindeki etkisini incelemeli."

Koronavirüs endişesiyle tüketiciler, alışverişlerinde nakit ödeme opsiyonunun olmasına rağmen temassız ödeme yöntemlerini tercih ediyor. Güzellik, bakım, oyun, oyuncak, elektronik, giyim, aksesuar, dekorasyon, taksi ve yemek servisleri kategorilerinde yapılan alışverişlerin yüzde 75'inin kredi kartıyla yapıldığı görülüyor. Mobil cüzdan ve diğer elektronik ödeme yöntemlerinde ise bu oran yüzde 67.

Sahurda uyku tutmayanlar yine sahibinden.com'da!



Ramazan ayıyla birlikte değişen uyku ve yeme-içme düzeni, tüketicilerin online alışveriş alışkanlıklarını da yakından etkiledi.

01:00-04:00
saatleri arasında

Sahur saatlerinde site ve mobil trafikte geçen yıla göre artış:



Ramazan'da sahur saatlerinde en fazla ilan görüntülenen gün:



İl bazında en çok ilan görüntüleme sıralaması:

İSTANBUL ANKARA
İZMİR ADANA BURSA

En çok bakılan ilan kategorileri:

Emlak, Vasıta, İkinci El, Sıfır Alışveriş

En çok arama yapılan kelimeler:

Satılık, Kiralık, Dubleks, Karavan



Mobil uygulama kullarılarında artış: Android ve iOS



%33,84



%21,10

SAHURU BEKLERKEN ALIŞVERİŞ YAPTIK

Tüketici alışkanlıklarındaki değişimi mercek altına alan bir başka araştırma da sahibinden.com'a ait. Söz konusu araştırma, Ramazan ayıyla birlikte değişen uyku ve yeme-içme düzeni, tüketicilerin online alışveriş alışkanlıklarına da yansımalarını gösteriyor. Sahur vaktini de içine alan 01:00-04:00 saat diliminde, geçen yıla göre site

ve mobil uygulamalardaki toplam trafik yüzde 31 arttı. Site kullanıcıları aramalarında mobilini tercih etti. Ramazan ayı boyunca sahur saatlerinde en çok ilan görüntülenen gün 17 Mayıs Pazar oldu. İlan görüntülenmesinde bir önceki yıla göre iOS uygulamasında yüzde 21, Android mobil uygulamasında ise yüzde 34

artış yaşandı. Sahur saatlerinde en çok ziyaret edilen kategoriler emlak, vasıta ile ikinci el ve sıfır alışveriş oldu. Site içerisinde en çok aranan kiralık ve satılık kelimelerine ek olarak karavan ve dubleks sözcükleri öne çıktı. İl bazındaki görüntülemelerde ise İstanbul, Ankara ve İzmir'i, Adana ve Bursa izledi.

Sosyal izolasyonda online aktivite rekoru kırıldı

Müze ziyaretleri, fitness gibi online aktivitelere ilgi yüzde 68, bu deneyimler için yapılan harcamalarsa yüzde 66 arttı. İnternette temel ihtiyaç malzemesi siparişleri patladı. Kitap, mutfak aletleri, puzzle, tıraş makinesi gibi ürünler deyim yerindeyse yok sattı. Tüketicilerin yüzde 59'u hayır kurumlarına online bağış yaptı. Yüzde 44'lük kesim dijital bağışla tanıştı...

Salgın endişesiyle birlikte hayatımıza giren karantina ve sosyal izolasyon temel ihtiyaç alışverişlerini internete taşıırken, online deneyimlere yönelik ilginin de patlamasına yol açtı. Mastercard tarafından Türkiye'yi de kapsayacak şekilde 15 Avrupa ülkesinde yapılan araştırma, tüketicilerin online deneyimlere yaklaşımını ortaya koyuyor.

Avrupa genelinde araştırmaya katılanların yüzde 57'si her zamankinden daha fazla online alışveriş yaptığını ifade ederken, Türk tüketiciler arasında bu oran yüzde 91'e ulaştı. Evde geçirilen sürelerin artışına paralel olarak film seyretmekten sanal müze ziyaretlerine, video oyunlarından fitness aktivitelerine kadar pek çok alanda deneyimlere ilgi Avrupa genelinde yüzde 30 artarken, ülkemizde bu hizmetlerin yeni yaygınlaşmasının da etkisiyle yüzde 68 ile ortalamanın iki katına ulaşıldı. Online deneyimler için yapılan harcamalar Avrupa'da yüzde 58 artarken, Türkiye'deki artış yüzde 66 olarak hesaplanıyor.

Hayırseverlik arttı

İçinden geçtiğimiz dönemde göze çarpan en önemli değişimlerden biri de hayırseverlikteki artış oldu. Avrupa genelinde tüketicilerin yüzde 28'i online bağış yaptığını belirtirken, yüzde 14'lük bir kesim hayatında ilk kez bağış yaptığını ifade ediyor. Türkiye hayırseverlikte de Avrupa ortalamalarının iki katına çıkıyor. Buna göre izolasyon döneminde online bağış yaptığını ifade edenlerin oranı yüzde 59 ve yüzde 44'lük bir kesim ilk kez bağış yaptığını belirtiyor.



Online bankacılığı keşifte de Avrupa'yı katladık

Evde kapalı kalmaktan sıkılanlar yeni beceriler edinmeye de yatırım yapıyor. Finansal işlemlerin halledilebilmesi için önem taşıyan online bankacılık faaliyetlerini öğrenen Avrupalıların oranı yüzde 37. Türkiye'de ise bugüne kadar bankacılık işlemlerinin çoğunu fiziksel olarak halleden büyük bir kesim bu dönemde online bankacılığa geçtiği için bu oran, yine Avrupa'nın iki katına çıkarak yüzde 82'yi buldu.

Bu dönemde temel ihtiyaç malzemelerini online aldığını belirtenlerin oranı Avrupa'da yüzde 36 artarken, Türkiye'de yine ortalamanın iki katına çıkarak yüzde 71'e ulaştı. Online alışverişte temel ihtiyaçlara ek olarak kitaplar, mutfak aksesuarları, puzzle'lar, saç kesme makineleri ve saç boyama ürünler listenin en önemli kalemleri olarak dikkat çekti.

Tüketici uygun fiyatlıyı arıyor

Tüketiciler gerçek hayatta olduğu gibi e-ticarette de aynı ürün için daha az para ödemenin yollarını arıyor. Gerçekte pazarlık olarak bildiğimiz bu durum, online dünyada ise farklı siteleri gezmek ve yorumları okumak olarak karşımıza çıkıyor. Avrupalı tüketicilerin yüzde 81'i, Türkiye'dekilerince yüzde 96'sı aynı ürünün daha uygun fiyatını bulmak için farklı sitelerde geziniyor. Yine gerçek dünyada "göz gezdirmek" olarak da tanımlanabilecek davranış, online dünyaya "istek listesi" olarak yansıyor. Avrupalı tüketicilerin yüzde 66'sı, Türkiye'dekilerince yüzde 86'sı istek listesi hazırlamakla yetiniyor. ☹

FinTek yatırımı için en cazip AB ülkesi: LİTVANYA



AV. BAHAR ÖTE
<https://baharote.com>

Dünya iş yapma kolaylığı endeksinde 14'üncü sıraya kadar yükselen Litvanya'da, 3 ay içinde ödeme ve/veya elektronik ödeme kuruluşu lisansı alınabiliyor. Üstelik bu lisans tüm AB üyesi ülkelerde geçerli. Litvanya Merkez Bankası ve düzenleyici otorite, FinTek girişimcilerini ülkeye çekebilmek için bir dizi kolaylık sağlıyor...

Türkiye'de FinTek alanında hukuk danışmanlığı yaparken, yatırımcıların ürün ve hizmetlerini yurtdışına taşımak istediklerini, bu doğrultuda hedef pazar olarak da Ortadoğu, Avrupa gibi bölgeleri belirlediklerine tanık oldum. Avrupa Birliği üyesi Estonya ve Litvanya'ya geçen yıl yaptığım ziyarette bazı FinTek girişimcileriyle tanışma fırsatı buldum. Söz konusu ülkelerdeki yatırımcılar, daha az maliyetle ve daha hızlı şekilde ödeme ve/veya elektronik para kuruluşuna sahip olmak için ilgili merkez bankalarına lisans başvurusunda bulunuyor.

Estonya, dijitalleşme konusunda çok istekli, deyim yerindeyse iştahlı bir ülke.

Öyle ki ülkenin adı artık "E-Estonya" (Elektronik Estonya) olarak anılıyor. Estonya'da hemen her türlü veri kaydediliyor, kayıt altına alınıyor. Bizdeki gibi bir fiziki kimlik kullanımına neredeyse hiç rastlamadım.

1 milyon 328 bin nüfusa sahip Estonya, 2012 yılından bu yana dağıttık kayıt teknolojisi tabanlı pek çok programı sağlık, adalet, yasama, kişisel bilgi yönetimi gibi alanlarda faaliyete geçirdi ve bu yöndeki çalışmalarına hızla devam ediyor. Blokzincir (blackchain) teknolojisiyle ödeme sistemlerinden tutun da kullanıcı (vatandaş) bilgileri ve otomasyonuna, noterlik hizmetlerinden şirket kuruluşlarına, hastane hizmetlerine kadar her şeyi dijital ortamda yapıyorlar. Ancak Estonya dijitalleşmeye bu kadar önem vermesine rağmen, FinTek alanında Avrupa Birliği yaptırımlarının artması nedeniyle yatırımcı-

lar yönünü komşu ülke Litvanya'ya çevirmiş durumda.

Peki FinTek alanında neden Litvanya daha cazip bulunuyor?

Lisans başvurusu 3 ay içinde sonuçlandırılıyor

Nüfusu 2,8 milyon olan Litvanya, finans ve ekonomi bakanlıklarının yanı sıra Litvanya Merkez Bankası'nın da katkılarıyla FinTek girişimleri için cazibe merkezi haline gelmek amacıyla önemli adımlar attı. Gerek şirket kurma gerekse lisans alma süreçlerini kolaylaştıran hükümet, bu adımların meyvelerini de toplamaya başladı.

Lisans başvurularını 3 ay içerisinde sonuçlandıran, sermaye gereksinimleri diğer ülkelere kıyasla düşük olan ve vergisel avantajlar sunan Litvanya, dünya iş yapma kolaylığı endeksinde 14'üncü sıraya kadar yükselmiş durumda. Diğer ülkelere kıyasla avantajlı bir ortam yaratan ülke, kendisini anlatmak için de yoğun çaba sarf ediyor.

Yine önemle belirtmek isterim ki, Estonya ve Litvanya AB üyesi olduğu için, bu ülkelerden birinde FinTek alanında lisans alındığında diğer Avrupa Birliği üyesi ülkelerde de aynı lisans kapsamında hizmet verilebiliyor.

Litvanya'da lisans almanın avantajları

FinTek girişimcilerinin Litvanya ilgisinin nedeni aslında oldukça basit. Malum, PSD2 (Ödeme Hizmetleri Direktifi) Avrupa Birliği (AB) ülkelerinde uygulanıyor. AB'de faaliyet göstermek için FinTek şirketleri de herhangi





bir üye ülke tarafından verilen bir lisansa ihtiyaç duyuyor. Örneğin, Almanya'da verilen bir lisans Fransa'da, İtalya'da, Belçika'da, Hollanda'da geçerlidir.

FinTek kuruluşu için Litvanya'yı cazip kılsa hız... Litvanya Merkez Bankası, ödeme ve/veya elektronik para kuruluşu lisanslarını diğer ülke otoritelerinden 2-3 kat daha hızlı veriyor.

Litvanya yönetiminin piyasayı çeşitlendirme yönündeki eğilimi, bu hız ve kolaylıkta en önemli etkenlerden biri. Geçen yılki ziyaretimde de gözlemlediğim üzere Litvanya Merkez Bankası, yatırımcıları ülkesine çekerek farklı değer katmalarını teşvik etmek istiyor. Bu açıdan da özellikle FinTek girişimlerini önemsiyor.

Düzenleyiciler engelleyici değil tetikleyici konumda

Litvanya, dijitalleşme yolunda değişim ve dönüşümü yönlendiren ileri görüşlü bir düzenleyici otoriteye sahip. Sadece ödemeler, mikro finans gibi yeni nesil finansal çözümlerle sınırlı kalmayıp daha geniş bir kapsamda teknolojinin nimetlerinden yararlanmak istiyorlar. Diğer

birçok ülkede düzenleyiciler, genelde daha küçük yenilikçi hizmet sağlayıcıların ilerlemesini engellerken, Litvanya düzenleyici otoritesi aksine ilerlemenin tetikleyicisi rolünü üstlenmiş durumda. Endüstrinin gelişmesi için gerekli altyapıyı sağlamaya hazırlar.

Litvanya, eğitimli genç nüfusuyla da önemli bir potansiyel içeriyor. Litvanyalı gençler, teknik uzmanlıklarının yanı sıra farklı dillerde okuma yazma yetenekleriyle de öne çıkıyor. Gençlerin yüzde 84'ü İngilizce biliyor. Yüzde 50'si iki veya daha fazla dil konuşabiliyor.

Sonuç olarak FinTek, yeni yerel yetenekleri yerleşik küresel oyuncularla harmanlayarak gelişen bir sektör. Litvanya da AB'nin üniversite-iş dünyası işbirliği açısından öncü ülkelerinden biri. Bu da FinTek sektörünün ivmesini artırarak büyüyeceğine işaret ediyor.

Litvanya'da lisans almak isteyen yatırımcılar en çok şirketlerin organizasyon yapısını merak ediyor; IT (BT), hukuk, muhasebe gibi hizmetleri ne şekilde alabilecekleri gibi sorular soruyor. Biz de lisans almı için uçtan uca her konuda girişimcilere yardımcı oluyor ve tüm süreçlerini yönetiyoruz.

FİNTEK EKOSİSTEMİNİN GELİŞMESİ İÇİN ORTAM ÇOK MÜSAİT

Merkezi Litvanya'da bulunan 170'in üzerinde FinTek var. Harbortouch, Litvanya FinTek ekosisteminin en güçlü oyuncularından biri. Her yıl bu şirketin sistemleri üzerinden 10.5 milyar Euro tutarında ödeme işlemi geçiyor. InstaReM, TransferGo, Revel Systems, Revolut, Google gibi yerel ve uluslararası bir dizi oyuncu ülkede hizmet veriyor. Yerel dernekler, teknoloji merkezleri ve eğitim kurumlarıyla birlikte bu şirketler sıkı sıkıya bağlı bir FinTek topluluğu oluşturuyor. Ülkede söz konusu topluluğa altyapı ve hizmet sağlayan üç merkez faaliyet gösteriyor.

■ Bunlardan ilki, Barclays tarafından işletilen ve Litvanya FinTek ekosistemini dünyaya bağlayan, 7 uluslararası FinTek merkezinden biri olan Rise Vilnius.

■ İkincisi Avrupa, Asya ve Avustralya'daki blokzincir topluluklarıyla bağlantı kuran bir eğitim ve başlangıç hızlandırma merkezi olan Vilnius Blockchain Merkezi.

■ Bölgedeki teknoloji girişimleri için en büyük merkez konumundaki Vilnius Tech Park ise İsrail FinTek ve siber güvenlik şirketi Simplex dahil olmak üzere bir dizi yenilikçi genç girişime ev sahipliği yapıyor.



Japonya'dan Türkiye'ye 6.5 milyon TL'lik dijital varlık yatırımı



Japon işadamlarının yaklaşık 6.5 milyon TL yatırımla Türkiye'de kurduğu dijital varlık alım satım platformu Koindex faaliyetlerine başlıyor. Koindex'in kendi platformunda kullanacağı kripto para birimi KOIN de Türkiye'de, Türk mühendisler tarafından geliştiriliyor...

Çoklu soğuk cüzdan kullanımı, yüksek güvenlik ve yüksek hacimde hızlı işlem desteği sunan Koindex, yenilikçi getiri modelleri ve düşük işlem ücretleriyle dijital varlık yatırımcılarına merhaba diyor. Küresel borsaların çoğundan daha düşük işlem ücretleriyle çalışan Koindex'te kullanıcılar ödedikleri işlem ücretlerini geri alma imkanına da sahip. Koindex ayrıca, daha geniş bir yatırımcı kitlesine ulaşmak için dijital varlık platformları arasında yaygın olan satış ortaklığı (referans) modelini de yatırımcıya sunacağını duyurdu.

Bitcoin başta olmak üzere kripto para ve dijital varlıklara erişimi kolaylaştırmak için kullanıcı dostu bir arayüzle tasarlanan Koindex platformu, token sahiplerine al sat ticareti (trade mining), token tutma (pledge) ve marj ticareti (margin trading) gibi kazanç yöntemleri sunuyor.

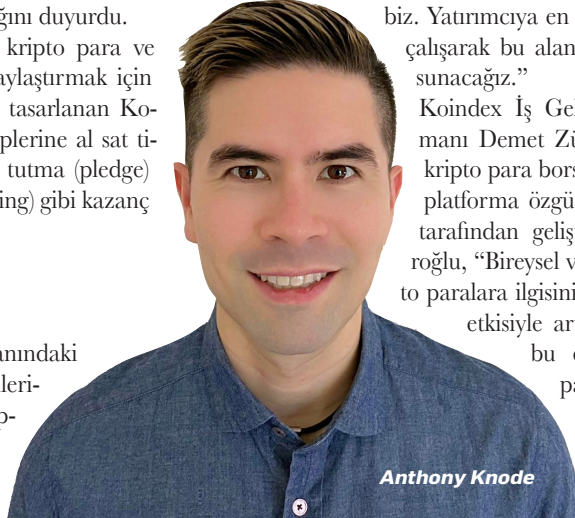
Yatırım Japonya'dan, teknoloji Türkiye'den

Türkiye'de kripto para alanındaki yüksek işlem hacminin kendilerini bu ekosisteme yatırım yapmaya teşvik ettiğini vurgulayan Koindex Uluslararası

Pazarlardan Sorumlu Yönetici Ortağı Anthony Knode, planlarını şöyle anlatıyor:

"Geleceğin para birimi olarak adlandırılan kripto paralara Türkiye özelinde yoğun bir ilgi var. İnovatif dönüşümleri çabuk benimseyen genç nüfus, kripto para dünyasında da kendini gösteriyor. Bu potansiyelin ortaya çıkarılması için büyük bir özveriyle çalışacağız. Kendi kripto paramız KOIN ile önemli bir çıkış yakalamayı hedefliyoruz. Dijital varlık alım satımı için yarının ihtiyaç ve beklentilerini karşılayabilecek güçlü bir altyapıya ve uzmanlığa sahibiz. Yatırımcıya en iyi deneyimi sağlamaya odaklı çalışarak bu alanda ihtiyaç duyulan hizmetleri sunacağız."

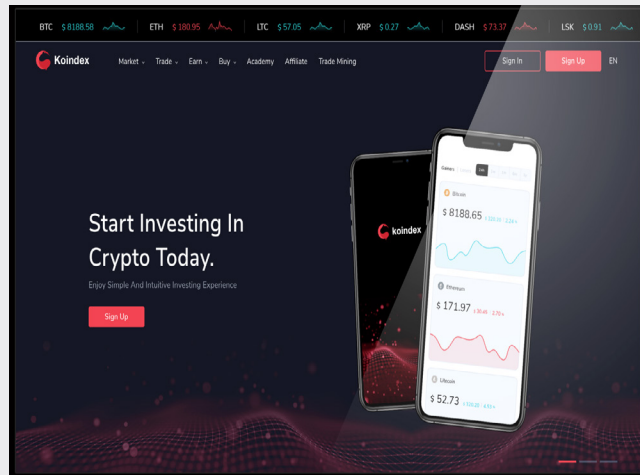
Koindex İş Geliştirme ve Pazarlama Danışmanı Demet Zübeyiroğlu ise Koindex'i diğer kripto para borsalardan ayıran ana unsur olan platforma özgü KOIN token'ın yerli bir ekip tarafından geliştirildiğini vurguluyor. Zübeyiroğlu, "Bireysel ve kurumsal yatırımcıların kripto paralara ilgisinin özellikle korona virüs salgını etkisiyle arttığını gözlemliyoruz. Tam da bu dönemde Asyalı yatırımcının parasını Koindex ile Türkiye'de değerlendirme isteği kripto para ekosistemimizin güvenilirliğini pekiştirecek" diyor.



Anthony Knode

SEPET KURA ENDEKSLİ İLK KRIPTO TOKEN: KOIN

Koindex'in kendi platformunda kullanacağı KOIN adlı token'ın değeri altın, ABD Doları ve Bitcoin (BTC) baz alınarak oluşturulan KOIN Endeksi'ne göre belirleniyor. Bu üç kur üzerinden her ayın ilk günü otomatik olarak yapılacak piyasa güncellemesi neticesinde, fiyatı stabil tutabilmek için kur kompozisyonu da yenileniyor. Endekste yaşanacak günlük yüzde 10 üstü dalgalanmalarda da altın, USD ve BTC oranı yeniden hesaplanıyor. KOIN değerinin böylelikle temelde altın fiyatına endeksli olarak kademeli biçimde artması öngörülüyor. "Al sat madenciliği" hem gelir hem de sermaye kazancı sağlayan bir sistem olarak dikkat çekiyor. Bu yapı, işlem ücretlerinden elde edilen getirilerle dayanıyor. Bu ücretler Koindex tarafından kısmi olarak veya tamamen kullanıcıya "KOIN" şeklinde iade ediliyor.



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.

Evden çalışan işletmeler için veri güvenliğinin 10 PÜF NOKTASI



Resul
Yeşilyurt

Uzaktan çalışma sırasında verilerin güvenli bir şekilde kullanımı, depolanması ve transferi büyük önem kazanıyor. Verilerin gizliliğini, bütünlüğünü ve kullanılabilirliğini koruyarak güvenliği sağlamak için ürün ve çözümler üreten Procenne, olası tehditlere karşı evden çalışma döneminde işletmeler için veri güvenliğinin püf noktalarına dikkat çekiyor...

Günümüzde pek çok kurum ve kuruluş, çalışanları veya diğer kullanıcıları için işletme dışındaki konumlardan çalışmalarını sürdürmek amacıyla uzaktan çalışma teknolojilerinden yararlanıyor. Özellikle içinde bulunduğumuz dönem gibi kritik zamanlarda uzaktan erişimle çalışanların sayısında ciddi artış yaşanabiliyor. Bu noktada kurum dışından bilgilere ulaşmak, uzaktan erişim teknolojisinin doğası gereği

kurum içinden bilgilere erişmekten daha fazla güvenlik riski oluşturuyor. Önemli güvenlik endişeleri arasında; fiziksel güvenlik eksikliği, güvenli olmayan ağların kullanımı, virüslü cihazların dahili ağlara bağlanması ve dahili kaynakların harici ana bilgisayarlarca kullanılması olarak sıralanıyor.

Yerli ve milli donanımsal güvenlik modülü (HSM) üreticisi Procenne, işletme dışında çalışmanın yoğunlaştığı bu dönemde dijital güvenlik çözümlerinin kurum ve kuruluş-



lar açısından gittikçe daha çok önem kazanan bir zorunluluk olduğuna dikkat çekiyor. Ağa bağlı olan sistemlerin yazılımının, donanımının ve verilerinin yetkisiz erişimlere karşı korunmasını ifade eden “dijital güvenlik” alanındaki ürünleriyle öne çıkan Procenne’in Genel Müdürü Resul Yeşilyurt, olası siber tehditlere karşı önlem olarak verilerin gizliliğini, bütünlüğünü ve kullanılabilirliğini koruyabilmeleri için işletmelere evden çalışma döneminde veri güvenliğinin 10 temel püf noktasını şöyle sıralıyor:

1 Dijital güvenlik stratejilerinizi belirleyin

Ürün, hizmet ve altyapıdaki ihtiyaçların teknolojik gelişmelerle birlikte karşılanabilir duruma gelmesiyle dünyayı etkisi altına alan dijital dönüşüm, sağladığı yüksek verim, hız, kalite gibi pozitif unsurların yanında altyapı ve verinin korunması konularını daha da önemli hale getirdi. Dijital güvenlik; siber güvenlik, kriptoloji (şifre bilimi), veri güvenliği, mobil uygulama güvenliği, uçtan uca veri güvenliği, IoT güvenliği gibi kavramların da ortak kümesi konumunda. Günümüzde birçok değerli ve gizli bilginin elektronik ortama taşınması, fiber altyapı ve mobil haberleşmenin yaygınlaşmasıyla özel sektörün ve kamu kurumlarının elektronik ortamı daha fazla kullanması ve dijital dönüşümün gelişmesiyle ciddi oranda yeni veri oluştu. Dijital dönüşümü destekleyen 5G, IoT, yapay zekâ, makine öğrenimi gibi teknolojiler geliştikçe bu verilerin güvenliğiyle ilgili tehditlerin sayısının daha da artması bekleniyor. Gerek zorunluluk gerekse verimlilik nedeniyle işletme dışından çalışmanın tercih edildiği dönemlerde ise verilerin korunması ve siber saldırıların önlenmesi daha da önemli hale geliyor. Bu nedenle işletmelerin dijital dönüşümlerini gerçekleştirirken yol haritalarının ilk maddesine dijital güvenlik stratejilerini belirleme konusunu almaları gerekiyor.

2 Uzaktan çalışma güvenlik prosedürlerinizi hazırlayın

Evden çalışma döneminde veri güvenliği açıklarına karşılık işletmelerin uzaktan çalışma güvenlik prosedürü hazırlamaları, hangi uzaktan erişim biçimlerine izin verdiklerini tanımlamaları, uzaktan erişim sunucularını nasıl yöneteceklerini belirlemeleri, sunucuları güncellemeleri

ve uzaktan çalışma cihazları için prosedürleri periyodik olarak değerlendirmeleri önem kazanıyor. Şirketlerin uzaktan erişimi sürdürmek için düzenli olarak operasyonel süreçlerini kontrol etmeleri, güvenlik kontrollerini yapmaları, uzaktan erişim altyapısındaki anormallikleri tespit etmeleri, erişim süreçleri ve prosedürlerini uygun şekilde takip etmeleri de kritik önem taşıyor.

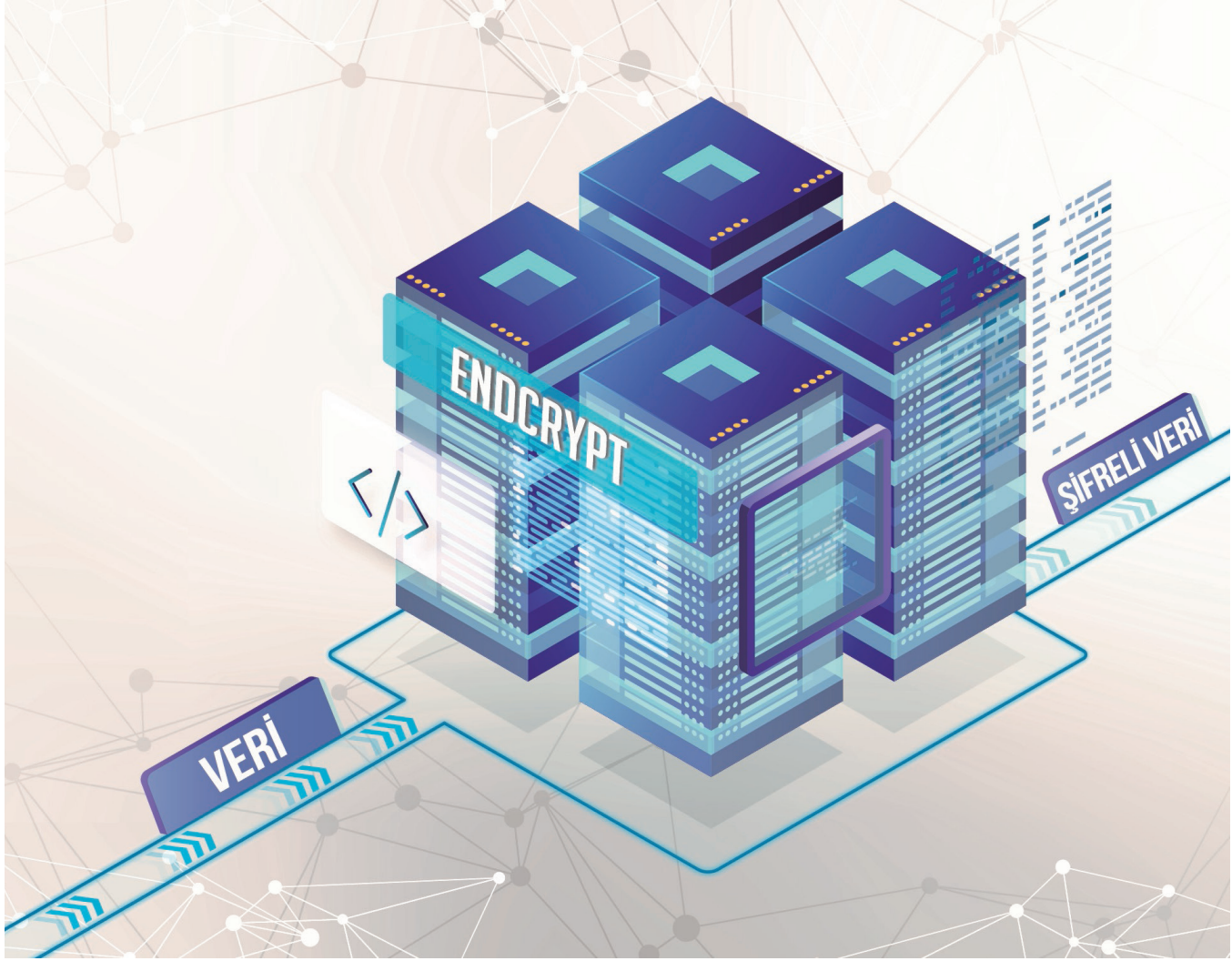
3 Verileri yetkisiz erişimlere karşı korumak için HSM kullanın

Yüksek performanslı kriptografik işlemler yapan donanımsal güvenlik modülleri (HSM), şirketlere ait verilerin şifrelemesinde kullanılan anahtarların üretilmesi, güvenli bir şekilde saklanması ve dağıtılması amacıyla kullanılıyor. HSM’ler, kriptografik işlemleri donanımsal olarak yaptığı için yazılımsal çözümlere oranla çok daha yüksek performans ve güvenlik sağlıyor. Donanımsal güvenlik modülleri, fiziksel ve yazılımsal müdahalelere karşı korumalı olarak tasarlanıyor. Herhangi bir tehdit anında üzerinde bulunan sensörler sayesinde fiziksel müdahaleleri algılıyor ve şifreleme anahtarlarını da anında siliyor. Harici yazılım yüklenmesine karşı korumalı olarak tasarlanan HSM’ler sayesinde şirketler, hassas verilerini yetkisiz erişimlere karşı koruyabiliyor.

4 IoT iletişimini güvenli hale getirin

IoT (nesnelerin interneti) cihazlarının hayatın her alanında kullanılmaya başlaması ve yeni bir dizi güvenlik tehdidi oluşturmasıyla bu cihazların güvenliğini sağlamak da bir o kadar önemli hale geldi. Araştırmalara göre, 2025 yılında tüm dünyada internet ağına bağlı cihaz sayısının 75 milyar seviyesine ulaşacağı öngörülüyor. Kullanılacak güvenlik ve kontrol uygulamalarıyla alınacak basit önlemler sayesinde cihazların yönetilebildiği, iş uygulamalarıyla iş analitiği yazılımları tarafından üretilen verinin toplanması ve depolanmasının da sağlanabildiği IoT teknolojisinde, güvenli bir ortam yaratılabildiğinde akıllı nesnelerle verimli bir kullanım alanı da oluşturulabiliyor. İşletmeler, uçtan uca şifreleme özelliği olan ürün ve çözümler sayesinde, güvenli veri transferi ve veri kullanımı sağlayarak IoT iletişimlerini güvenli hale getirebiliyor. ▶

proCryp
DIGITAL SECURITY



5 Kişisel veri güvenliği için güçlü şifreleme teknolojileri kullanın

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) ve Avrupa Birliği Genel Veri Koruma Tüzüğü'nün (GDPR) 2018'de yürürlüğe girmesiyle kişisel veri ihlallerine karşı yaptırım uygulanmasına başladı. Bu kapsamda kimliği belirli veya belirlenebilir gerçek kişiye ilişkin her türlü bilgiyi ifade eden kişisel verilerin ve kimlik, pasaport, ehliyet gibi kişisel belge bilgilerinin üçüncü şahıs erişimine kapalı ortamlarda şifreli olarak korunması gerekiyor. Bu noktada şirketler, dijital veri güvenliğinde donanım tabanlı güçlü şifreleme teknolojilerini kullanarak KVKK uyumluluğu sağlayabiliyor.



6 Dosyalarınızın güvenliği için donanımsal şifrelemeyi tercih edin

Bilgisayarlar üzerinde her gün onlarca veri işleniyor ve güvenliği kritik birçok hassas bilgi oluşturuluyor. Hassas bilgileri dosyalarda yazılımsal olarak şifrelemek, donanımsal şifreleme kadar sağlam bir güvenlik altyapısı oluşturmuyor. Bu noktada şirketlerin dijital dosyalarını donanımsal olarak şifrelemeleri ve anahtarlarını donanımsal güvenlik modülü kullanarak saklamaları üst düzey güvenlik sağlıyor.

7 HSM cihazlarıyla e-posta güvenliğini sağlayın

Her gün onlarca işlem için gönderilen e-postalar, nihai adrese ulaşana kadar pek çok sunucudan geçiyor. Bu işlem, herhangi bir sertifika kullanılmaması halinde açık ve okunabilir şekilde gerçekleşiyor. Dijital imza olarak da bilinen elektronik imzalar sayesinde e-postaların alıcısına ulaşırken e-postayı gönderen kullanıcının kimliği doğrulanmış oluyor. Ancak e-postada yer alan verilerin güvenliğini sağlamak için farklı yöntemler kullanılması gerekiyor. Bu nedenle donanımsal güvenlik sağlayan ve şifreleme anahtarlarını fiziksel olarak saklayıp koruyan HSM cihazları artık her ölçekte firma için kritik bir önlem aracı haline gelmiş durumda.

8 Şifreleme ve şifre çözme işlemleri için yüksek performanslı ürünleri seçin

İnternet üzerinden gerçekleştirilen iletişimi güvence altına almak adına şifreleme ve şifre çözme işlemlerinden oluşan SSL (güvenli giriş katmanı) adı verilen şifreleme prosedürü kullanılıyor. İlgili uygulama sunucusunun yükünü hafifletmek için şifreleme ve şifre çözme işlemleri ayrı sunucu ya da güvenlik duvarı üzerinde yapılabiliyor. Yüksek trafikli servislerde SSL sonlandırma işleminin HSM ile yapılması sunucudaki olası bir performans kaybının önüne geçerken işlemlerin de daha güvenli yapılmasını sağlıyor. Bu sayede hizmetin aksamasının önüne geçilirken anahtarların güvenliği de bilinen en iyi yöntem olan donanımsal güvenlik modülüyle sağlanıyor.

9 Veritabanı sistemleriyle kritik bilgileri güvende tutun

İnternet üzerinden erişilebilen ve veritabanlarını kullanan web uygulamalarının sayısı her geçen gün artıyor.

Ağ destekli ortamlarda veritabanları için alınan güvenlik önlemleri çoğunlukla yetersiz kalıyor ve güvenlik ihlalleri yaşıyor. Veritabanı güvenliği sağlanırken kullanılan çözümlerin yanı sıra veritabanında saklanan verilerin güvenliğini sağlamak için HSM kullanılması kritik bir öneme sahip oluyor.

10 Mobil uygulamaları uçtan uca güçlü şifrelemeyle güvenli hale getirin


Kişisel bilgisayarlar gibi mobil cihazlar da kendi güvenlik açıkları ve güvenlik sorunları olan işletim sistemlerinde çalışıyor. Mobil cihaz kullanımının artışı, güvenlik uzmanlarını mobil uygulama güvenliği süreçlerini geliştirmeye yönlendiriyor ve veriler mobil cihazlarda yazılımla korunuyor. Verinin korunmaması ise gizlilik ihlali, kartlı ödeme standartlarının ihlali, kimlik hırsızlığı ve sahtecilik gibi durumlara sebep olabiliyor. Bu noktada devreye giren güvenlik çözümleri, uçtan uca güçlü şifreleme ve mobil cihazların güvenliğinde merkezi bir rol oynuyor.

ONLINE TOPLANTILARDA VERİLERİNİZİ GÜVENDE TUTUN

Salgınla birlikte dünya genelinde kullanımı hızla artan video konferans uygulamaları, bireyler ve şirketler için veri gizliliği, bilgi güvenliği gibi önemli konuları da gündeme taşıyor. Procenne Co-CTO'su Dr. İhsan Çiçek, olası siber tehditlere karşı alınabilecek önlemleri şöyle anlatıyor: "Ülkemizde pek çok çalışan ve öğrenci, koronavirüse karşı önleyici bir tedbir olarak hızla izole bir yaşam tarzına geçti. Bu ani değişim, bireyler kadar şirketleri ve eğitim kurumlarını da hazırlıksız yakaladı. Ancak teknolojinin sunduğu imkânlarla sürece hızla uyum sağlanarak uzaktan eğitim ve çalışmaya geçildi. Bu süreçte, kurumlar ve bireyler arasındaki bağlantıyı sağlayan modern iletişim araçlarının ve internetin önemi de arttı. Artan ihtiyaçlar doğrultusunda çok kullanıcı görsel ve işitsel toplantı yazılımları öne çıkmaya başladı. Görüntülü konferans şirketlerinin günlük kullanıcı sayısı, nisan ayından bu yana en az ikiye katlandı. Bu noktada kişisel veriler ve şirket bilgileri, siber saldırıya çok daha açık hale gelmeye başladı. Video konferans hizmeti sunan şirketler, güvenlik açıklarına karşı hızla önlem alsın da riskin yok edilmesi çok mümkün görünmüyor. Bu doğrultuda eğitim, toplantı ve hatta spor aktivitelerinin görüntülü ve çok katılımlı şekilde gerçekleştirildiği bu uygulamaların



kullanımı sırasında dikkatli olmak gerekiyor. Kullanıcıların toplantıya dâhil olurken link yerine toplantı kimliği ve varsa şifre kullanmaları, toplantı bilgilerini sosyal medyada paylaşmaması, platformlara sosyal medya hesaplarını kullanarak giriş yapmaması, görüşme esnasında

kişisel verileri kaydetmemeleri ve kesinlikle paylaşmaması alınabilecek kişisel önlemler olarak sıralanabilir. Kullanılan işletim sistemi ve yazılımlara yönelik gerekli güvenlik güncellemelerinin ve yamaların otomatik uygulanması, elektronik posta ve bulut dosya paylaşımlarında erişimde çift faktörlü kimlik doğrulaması, şirket dışı erişimlerde VPN ve asimetrik kriptografik algoritmaların kullanımının zorunlu kılınması, kaynağı belirsiz yazılımların kurulmasının engellenmesi, antivirüs ve güvenlik yazılımlarının periyodik olarak güncellenmesi de kurumlar açısından alınabilecek önlemler arasında." 

Ticari elektronik iletiler için yeni dönem



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

6 563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun ve bu doğrultuda çıkarılan Ticari İletişim ve Ticari Elektronik İletiler Hakkında Yönetmelik kapsamında; elektronik ticaret faaliyetinde bulunan gerçek ya da tüzel kişiler (hizmet sağlayıcılar) tarafından tüketici ya da meslekî veya diğer amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişilere alıcı) telefon, çağrı merkezleri, faks, otomatik arama makineleri, akıllı ses kaydedici sistemler, elektronik posta, kısa mesaj hizmeti gibi vasıtalar kullanılarak elektronik ortamda gerçekleştirilen ve ticari amaçlarla gönderilen veri, ses ve görüntü içerikli iletileri (ticari elektronik ileti), yönetmelikle belirlenen istisnalar dışında alıcının onayı olmadan gönderilemeyeceği, izin dâhilinde gönderilen iletilerde ise alıcılara ret imkânı sağlanması gerektiği düzenleniyor.

2020 yılının başından itibaren mevzuatta yapılan çeşitli düzenlemelerle ticari elektronik iletilere dair tüm işlemler İleti Yönetim Sistemi (İYS) ile tek çatı altında ve ulusal bir veritabanında toplanmaya başladı. Yeni düzenlemelerle ticari olarak gönderilen iletilere dair tüm işlemlerin tek bir çatı altında kontrol altına alınması amaçlanıyordu. Bu doğrultuda gerekli tüm teknik altyapıyı hazırlamakla Ticaret Bakanlığı tarafından Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) görevlendirildi ve akabinde İleti Yönetim Sistemi A.Ş. kuruldu.

Mart ayı itibarıyla hizmet sağlayıcılar için açılan İYS platformunun, Haziran 2020 itibarıyla alıcılar ve kamu için de açılması planlanmıştı. Ancak 23 Mayıs 2020 tarihinde Ticaret Bakanlığı tarafından yapılan duyuruyla, hizmet sağlayıcıların İYS'ye onay yükleme tarihi için son tarih 31 Ağustos 2020'ye ertelendi. Aksi yönde başka bir düzenleme yapılmadığı sürece, eylül ayından itibaren yeni sisteme geçiş sürecinin büyük bir kısmı tamamlanmış olacak.

İYS nedir?

İleti Yönetim Sistemi, kanun ve yönetmeliğe uygun olarak 4 Ocak 2020 tarihli 30998 Resmî Gazete'de yayınlanan "yönetmelikte değişiklik yapılmasına dair yönetmelik" ile düzenlendi. İYS'yi kısaca, "hizmet sağlayıcıların arama, SMS mesaj, e-posta yoluyla ticari elektronik ileti göndermek için alıcılardan aldıkları onayları saklayıp yönetebilmesine; alıcıların ise onay ve ret hakkını kullanabilmesine, ticari elektronik ileti şikayetlerini iletebilmesine ve yönetebilmesine imkan tanıyan, yüksek güvenlik standartlarına sahip ulusal bir veritabanı sistemi" tanımlayabiliriz.

Tüm işlemler tek çatı altında toplanıyor

Artık bütün elektronik ileti izinleri İYS üzerinde saklanacak. Ticari olarak elektronik ileti gönderen bütün hizmet sağlayıcılar; pazarlama, promosyon, kampanya, indirim, hediye reklam, özel gün kutlamaları gibi içerikli tüm ticari elektronik iletilerini müşterilerine iletebilmeleri için aldıkları izinleri İYS'ye yüklemek zorunda. İşletmeler herhangi bir kanaldan ticari elektronik ileti göndermek istediklerinde, vatandaşların (alıcıların) verdiği izinleri İYS üzerinden kontrol edecek ve sadece izin vermiş alıcılara ticari elektronik ileti gönderebilecekler. Yani yönetmelik gereği -istisnai durumlar hariç- İYS'de onayı bulunmayan alıcılara ticari e-posta gönderilemeyecek.

Prensip olarak kanun ve yönetmelik kapsamında tacir veya esnaf olan alıcılara ticari elektronik ileti göndermeden önce onay alınması zorunlu değil. Ancak yeni düzenlemeler ışığında değerlendirildiğinde, esnaf ve tacirlerin ticari elektronik ileti almayı reddetmesi halinde onayları alınmadan kendilerine tekrar ticari elektronik ileti gönderilemeyecek.

Hizmet sağlayıcılar, yönetmelik gereğince alıcılara sunulması zorunlu olan çağrı merkezi, kısa link ve kısa numara hizmetlerini dilerse İYS üzerinden alabilecek. İYS üzerinden onay almak için katma değerli hizmetler kapsamında çağrı merkezi, kısa mesaj numarası ve kısa link aracılığıyla onay alma servisleri kullanılabilir.

Kısacası, hizmet sağlayıcılar onaylarını İYS aracılığıyla alacak, böylece alınan onayların kaydı İYS'de saklanacak ve herhangi bir uyumsuzluk durumunda İYS üzerinden ispatı sağlanabilecek. İlgili yönetmelik gereğince İYS haricinde alınan onay veya ret





23 Mayıs 2020 tarihinde Ticaret Bakanlığı tarafından yapılan duyuruyla, hizmet sağlayıcıların İleti Yönetim Sistemi'ne (İYS) onay yükleme tarihi için son tarih 31 Ağustos 2020'ye ertelendi. Aksi yönde başka bir düzenleme yapılmadığı sürece, eylül ayından itibaren ticari olarak elektronik ileti gönderen bütün hizmet sağlayıcılar; pazarlama, promosyon, kampanya, indirim, hediye reklam, özel gün kutlamaları gibi içerikli tüm ticari elektronik iletilerini müşterilerine iletebilmeleri için aldıkları izinleri İYS'ye yüklemek zorunda...



bildirimlerinin 3 iş günü içerisinde İYS web arayüzünü kullanarak İYS'ye içe aktarılması gerekiyor. İYS, kendisine gelen onaylar için alıcılara bildirim gönderecek, alıcılarsa dilerse bu onay bildirimleri üzerinden çıkış haklarını kullanabilecek.

Ret bildirim hakkını kullanan/çıkış yapan alıcılara ticari elektronik ileti gönderilemeyecek

Ret bildirim hakkı, gönderilecek her türlü ticari elektronik iletide yer almak zorunda. Böylece, bu iletiyi alan alıcılarda verdikleri izinlerden çıkış haklarını istedikleri zaman kullanabilecek ve yine verdikleri izinlerin düzenlenmesi işlemlerini kolaylıkla tek noktadan yönetebilecek. Hizmet sağlayıcılar, ticari elektronik ileti hangi iletişim kanalı kullanılarak gönderildiyse ret/çıkış bildirimini de kolay ve ücretsiz bir şekilde olmak üzere aynı iletişim kanalıyla alıcılara sağlamak durumunda. Kullanıcıların çıkış yaptığı iletiler, artık o kullanıcılara gönderilemeyecek. Ticari ileti almayı reddettikleri firmalardan tekrar ileti alan alıcılar da şikayeti işlemlerini yine aynı şekilde İYS üzerinden yapabilecek.

Kişisel veriler ulusal veritabanında muhafaza edilecek

Yeni düzenlemenin doğal bir sonucu olarak artık kişisel veri statüsünde bulunan bütün veriler, İYS üzerindeki

tüm izinler ve tüm iletişim adresleri ulusal veritabanında saklanacak, şifrelenmiş bir şekilde korunacak ve en yüksek seviyede veri güvenliği sağlanmış olacak.

Haziran ayına kadar İYS'ye aktarılmayan tüm izinler geçersiz

Yönetmeliğe eklenen Geçici Madde 2'ye göre, 1 Haziran 2020 tarihine kadar mevcut alıcı izinlerinin hizmet sağlayıcılar tarafından İYS'ye aktarılması gerekiyordu. Yukarıda bahsi geçen güncel duyuruyla bu süre Ticaret Bakanlığı tarafından (31 Ağustos 2020 günü son olmak üzere) eylül ayına kadar uzatıldı. Bu tarihe kadar içe aktarılmayan izinler geçersiz sayılacak ve bu durumda önceden izin alınmış olsa dahi süresinde aktarım gerçekleştirilmediği için alıcılardan yeniden onay alınması gerekecek. Yine ilgili geçici maddeye göre ve güncel duyuru çerçevesinde eylül ayı itibarıyla İYS tarafından alıcılara onayların İYS'ye yüklendiği ve 1 Aralık 2020 tarihine kadar kontrol edilmediği takdirde bu onayların geçerli sayılacağı ile reddetme imkanının İYS üzerinden kullanılabilceği bilgisini içeren bir ileti gönderilecek. İYS tarafından kendilerine ileti gönderilen alıcıların mevcut onaylarını 1 Aralık 2020 tarihine kadar kontrol etmesi gerekiyor. Bu tarihe kadar herhangi bir çıkış işlemi yapmadıkları takdirde, daha sonra gönderilen ticari elektronik iletiler onaylı kabul edilecek.

ileti
Yönetim Sistemi

B K MBANKALARARASI
KART MERKEZİ

KATKILARIYLA

Salgın döneminde 5 milyon kart İNTERNET ile tanıştı

Nisan ayında internetten kartlı ödeme tutarının toplam içindeki payı yüzde 24 ile rekor seviyeye ulaştı. Nisanda 2 milyon kart ilk kez internetten ödemelerde kullanılırken, mart ile başlayan salgın döneminde toplam 5 milyon kart internetten ödemeyle tanıştı. Her 4 TL'lik ödemenin 1 TL'si internetten gerçekleşirken, internetten kartlarla yapılan market-gıda ödemeleri geçen yılın 3 katına çıktı...

Kart sayıları (Milyon TL)

Milyar TL	2019 Nisan	2020 Nisan	Değişim
Banka kartı	152.9	170	% 11
Kredi kartı	67.2	71.1	% 6
Toplam	220.1	241.1	% 10

TABLO 1

Nisan ayı sonunda Türkiye'de kullanılan kart adedi 241 milyon

Bankalararası Kart Merkezi (BKM) verilerine göre, nisan ayı sonunda Türkiye'de toplam 241 milyon kart bulunurken, bunların 71 milyon adedi kredi kartı, 170 milyon adedi ise banka kartından oluşuyor. Nisan 2019 ile kıyaslandığında kredi kartı sayısında yüzde 6'lık, banka kartı sayısında ise yüzde 11'lik artış görülüyor.



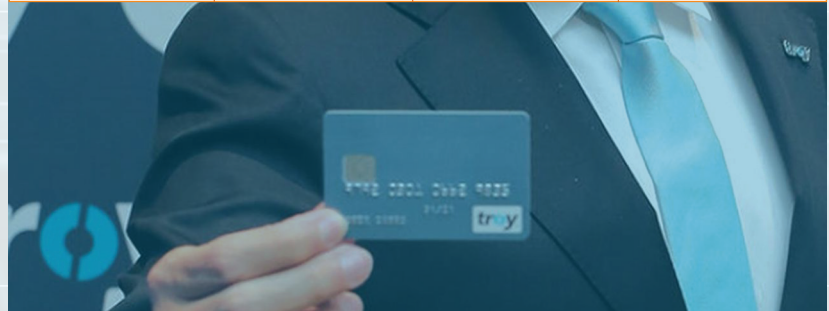
TABLO 2

Kredi kartlarıyla yapılan toplam ödeme yüzde 14 azaldı

Banka kartları ve kredi kartlarıyla nisan ayında toplam 67.8 milyar TL'lik ödeme yapıldı. Bu tutarın 56.8 milyar TL'si kredi kartlarıyla ödenirken, 11 milyar TL'sinde banka kartları kullanıldı. Büyüme oranları özelinde incelendiğinde banka kartıyla ödemelerde önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 9 büyüme görülürken, kredi kartıyla ödemelerde ise yüzde 14 oranında azalış gerçekleşti.

Kartlı ödeme tutarı (Milyar TL)

	2019 Nisan	2020 Nisan	Değişim
Banka kartı	10.1	11	% 9
Kredi kartı	65.9	56.8	-% 14
Toplam	76	67.8	-% 11



EXTRE

TABLO 3

Her 4 TL kartlı ödemenin 1 TL'si internetten gerçekleşti

Olağanüstü günler yaşadığımız bu dönemde internetten kartlı ödemeler hızlı yükselişini sürdürdü. İnternetten kartlı ödeme tutarı, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 13 artarak 16 milyar TL'ye ulaştı. İnternetten kartlı ödemelerin toplam kartlı ödemelerdeki payı da yüzde 24 ile rekor seviyeye ulaştı. Yani nisan ayında her 4 TL kartlı ödemenin 1 TL'si internetten gerçekleşti. Ödemelerini internetten yapmayı tercih

eden kart kullanıcı sayısı da artışını sürdürdü. Nisan ayında 18 milyon farklı kartla internetten ödeme yapılırken 2 milyon kartın ise ilk kez internetten ödemelerde kullanıldığı görüldü. Bir önceki ay da 3 milyon adet kartın ilk kez internetten kartlı ödemelerde kullanıldığı düşünüldüğünde, salgın döneminde 5 milyon kartın internetten ödemelerle tanıştığı görüldü.

	2019 Nisan	2020 Nisan	Değişim
İnternetten kartlı ödeme tutarı (Milyar TL)	14.2	16	% 13
Toplam kartlı ödemeler içindeki payı	% 18	% 24	



EXTRE

TABLO 4

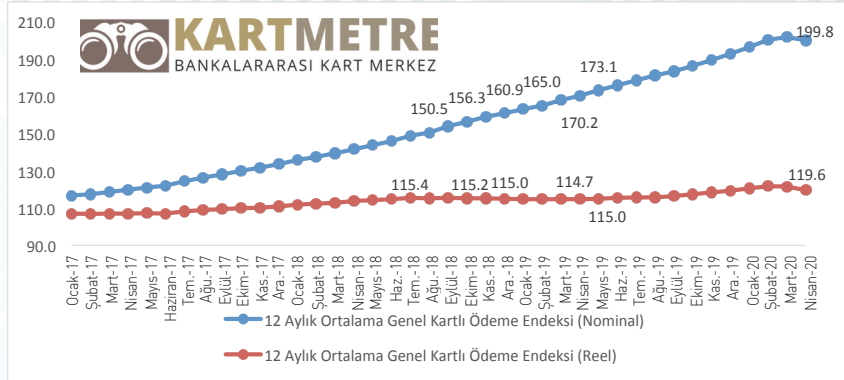
İnternetten kartlarla yapılan market-gıda ödemeleri 3 katına çıktı

Nisan ayında internetten yapılan kartlı ödemelerin sektör detayında dağılımı incelendiğinde, geçen yılın aynı dönemine göre en fazla artışın yüzde 220 ile market-gıda sektöründe olduğu görülüyor. Market-gıdayı yüzde 122 artışla elektronik eşya, yüzde 87 artışla mobilya ve dekorasyon, yüzde 62 artışla giyim ve yüzde 20 artışla sağlık/kozmetik sektörleri takip etti.

İnternetten kartlı ödeme tutarı en fazla artan sektörler

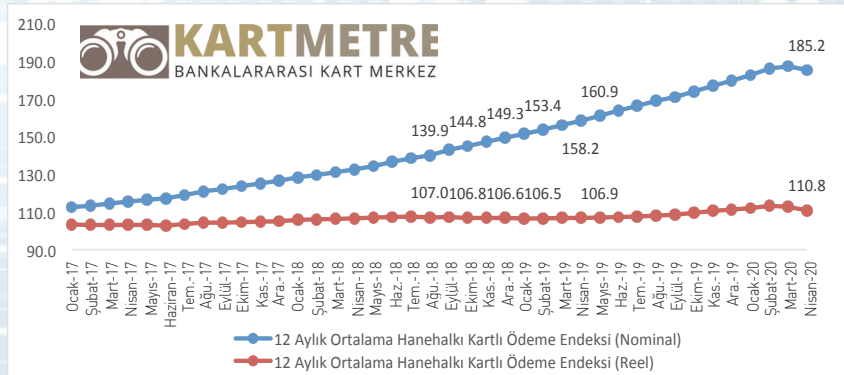
İnternetten sektörel kartlı ödeme tutarı (Milyon TL)	2019 Nisan	2020 Nisan	Değişim
Market-gıda	736	2.359	% 220
Elektronik eşya	1.698	3.768	% 122
Mobilya ve dekorasyon	269	502	% 87
Giyim ve aksesuar	821	1.331	% 62
Sağlık/kozmetik	301	361	% 20

BKM KARTLI ÖDEME ENDEKSİ (KARTMETRE)



12 aylık ortalama Genel Kartlı Ödeme Endeksi

Genel Kartlı Ödeme Endeksi'nin 12 ay hareketli ortalama gelişimi incelendiğinde nisan ayında 1 yıl öncesine göre nominal olarak yüzde 17.4, reel olarak ise yüzde 4.2'lik büyümeye gözlemleniyor.



12 aylık ortalama Hanehalkı Kartlı Ödeme Endeksi

Hanehalkı Kartlı Ödeme Endeksi'nin 12 ay hareketli ortalama gelişimi incelendiğinde nisan ayında 1 yıl öncesine göre nominal olarak yüzde 17.1, reel olarak ise yüzde 3.9 büyümeye gözlemleniyor.

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



Covid-19, FinTek yatırımlarına da sekte vurdu

Son yıllarda hızla büyüyen ve yatırımlardan aslan payını alan FinTek'lere ilgi düşüşe geçti. Geçen yılın üçüncü çeyreğinde 12.59 milyar, dördüncü çeyreğinde ise 7.77 milyar doları bulan küresel FinTek fonlama tutarı, bu yılın ilk çeyreğinde 5.78 milyar dolara kadar geriledi. Salgının devam etmesi halinde birçok FinTek'in kapısına kilit vurulacağı, bazılarının da satılacağı öngörülüyor...



Covid-19 salgını sırasında FinTek'ler tarafından geliştirilen birçok ürün ve çözümün hayatı nasıl kolaylaştırdığı görülsede de bu süreç finansal teknoloji yatırımlarını olumsuz etkiledi. Bu alanda yapılan araştırmalar, FinTek'lere yapılan yatırımların ciddi oranda düştüğünü gösteriyor. Bu çalışmalardan biri de Amerikan araştırma şirketi Forrester'a ait...

Rapora göre pek çok kesim tarafından Covid-19 krizi tam olarak başladığında durma noktasına geleceği dile getirilen FinTek fonları, 2020'nin ilk çeyreğinde ciddi bir daralma gösterdi. Geçen yılın üçüncü çeyreğinde 12.59 milyar doları, yine aynı yılın dördüncü çeyreğinde 7.77 milyar doları bulan küresel FinTek fonları, bu yılın ilk çeyreğinde 5.78 milyar dolara kadar geriledi.

Forrester, fonların 2019'un sonuna doğru azalışa geçtiğini, virüsün ise öldürücü darbeyi vurduğunu söylüyor. Salgın sonucu oluşan küresel ekonomik şok, bu yılın mart ayında kendisini tam anlamıyla gösterirken bu birçok şirket için kepenk indirme anlamına geldi.

Bu yılın ilk çeyreğindeki en büyük fonlama, 500 milyon dolarla İngiltere merkezli dijital banka Revolut'a yapıldı. Mart ayında da en yüksek fonun 100 milyon dolara kadar inerek

Meksikalı Credijusto'ya gitti.

Forrester uzmanları, yatırımcıların daha temkinli davrandığını ve temelini daha sağlam gördükleri şirketlere yatırım yapmayı tercih ettiğini düşünüyor. Raporun can sıkıcı sonucu ise virüsün etkisi sürdükçe çok sayıda FinTek şirketinin iflas edeceği veya satın alınacağı yönünde. "Son iki ekonomik kriz özel finansmanda ciddi bir düşüşün yaşanmasına neden oldu. Bu kez de farklı olmayacak. Sadece piyasada kalma gücüne sahip, kârlı olan veya Covid-19 krizinden önce önemli bir finansman sağlayan FinTek'ler bu süreçten sağ çıkabilecek" saptaması da dikkat çekiyor.

Anlaşma sayısı 2016'nın gerisine düştü

CB Insights 2020'nin ilk çeyreğindeki FinTek yatırımlarını inceleyen "State of FinTech Q1 2020" raporu da benzer sonuçlar içeriyor. Küresel FinTek yatırımlarını, ortaklık aktivitelerini, şirketlerin mali dönem raporlarını ve dünya genelindeki toplam yatırımları analiz eden rapor, Covid-19 salgınının küresel olarak hem kamu hem de özel pazarları sarstığını vurguluyor. Koronavirüs salgını yatırımcıların desteklerini geri çekmeye zorlarken FinTek finansman faaliyetleri ilk çeyrekte önemli ölçüde geriledi. Raporda öne çıkan bazı noktalar şöyle:

■ 2020'nin ilk çeyreğinde VC destekli FinTek yatırımları 404 anlaşmayla 6.1 milyar dolara geriledi. Bu değerler 2017'nin ilk çeyreğinden beri en düşük yatırım miktarı anlamına geliyor. 2016'dan beri görülen en az anlaşma sayısına da...

■ Covid-19'un yarattığı durgunluk nedeniyle yatırımcılar portföylerini güçlendirmeye odaklanmak için erken dönem desteklerini geri çekti. 2020'nin ilk çeyreğinde erken dönem FinTek girişimleri 228 anlaşmayla 1.1 milyar dolar yatırım aldı. Bu, yatırım tutarı açısından son 9 çeyreğin en düşük miktarı.

■ Asya, Kuzey Amerika, Avustralya, Güney Amerika ve Afrika'daki FinTek yatırımları bir önceki çeyreğe göre düştü. 2020'nin ilk çeyreğinde Asya bir önceki çeyreğe göre yatırımlarda yüzde 69, anlaşmalarda ise yüzde 23 geriledi. Avrupa, yatırımların artış gösterdiği tek bölge oldu.

■ Revolut ve Qonto'nun yatırımları dahil olmak üzere 4 mega tur gördü. Yatırımcılar, 2020'de bir FinTek M&A çılgınlığı arasında bir miktar para görmeye başladı. Plaid ve Credit Karma satın alımlarının yanı sıra SoFi, Galileo'yu 1.2 milyar dolar karşılığında bünyesine kattı. LendingClub da Radius Bank'ı 185 milyon dolara satın aldı.

FİNTEKLER, 2030'DA 500 MİLYAR DOLARI CEBE KOYACAK

İsviçre merkezli banka UBS tarafından yapılan araştırma, 2018 yılında 150 milyar dolar gelire ulaşan küresel FinTek endüstrisinin, 2030'da 500 milyar dolarlık geliri kasasına koyacağını öngörüyor. Araştırma sonuçlarına göre hızlı kentleşmeyi, Y kuşağından gelen güçlü talebi ve olumlu yasal düzenlemeleri arkasına alan FinTek'ler, finans sektöründeki

büyümenin 3 katı oranında yıllık büyümeye ulaşacak. Bu büyümede, dünya nüfusunun yüzde 27'sini oluşturan ve 24 trilyon dolarlık serveti bulunan Y jenerasyonu önemli bir rol oynayacak. UBS araştırması, bu süreçte FinTek kolları arasında blokzincir teknolojisinin birkaç adım öne çıkacağını gösteriyor. İsviçreli bankaya göre blokzincir, 2027 yılına

kadar finansal hizmetler tarafından yönetilen altı büyük endüstride 300 ila 400 milyar dolar arasında bir yıllık ekonomik değer üretecek. İçinde bulunduğumuz dönemde adını sıklıkla duyacağımız bir diğer FinTek hizmeti de dijital cüzdan ödemeleri olacak. UBS, Asya Pasifik bölgesinin yüzde 66'luk penetrasyon oranıyla 2022'ye kadar bu alanda liderliğini sürdüreceğini tahmin ediyor.

Apple, Google ve Huawei'nin ardından Samsung da kart pazarına giriyor

Geçen aylarda Apple, Google ve Huawei'nin banka (debit) ve kredi kartı çıkarma hazırlıklarını aktarmıştık. Bu kervana teknoloji devi Samsung da katılma kararı aldı. Samsung'un SoFi ortaklığıyla geliştirdiği kartın tanıtımı yapıldı. Mastercard logosu taşıyan ve "Samsung Money by SoFi" adı verilen kart, Samsung Pay uygulamasını temel alıyor. Bu yılın üçüncü çeyreğinde kullanılmaya başlaması beklenen yeni kartın en büyük özelliği, yüksek faizli kazanç sunacak olması. Samsung Pay'in Kuzey Amerika Genel Müdürü Sang Ahn, yeni kartın bu yaz kullanıcılarla buluşacağını açıkladı. Samsung Pay uygulamasıyla birlikte bakiye kontrolü yapılabilecek, geçmiş satın alımlar incelenebilecek, kart doldurma gibi işlemler yapılabilecek. Samsung



Sang Ahn

Money kartıyla yapılan harcamalar, daha sonraki işlemlerde kullanılabilir. "Samsung Rewards" puanları kazandıracak. Samsung ayrıca, Samsung Money hesaplarının 1.5 milyar dolara kadar FDIC tarafından sigortalanacağını açıkladı. Müşteriler, SoFi ortaklığı sayesinde Allpoint ATM ağındaki 55 bin ATM'yi de ücretsiz olarak kullanabilecek.



Dijital bankacılık girişimi Meniga 8.5 milyon Euro yatırım aldı

Dijital bankacılık platformu çözümleri alanında çalışmalar yürüten Meniga, stratejik olarak nitelendirdiği yatırım turunda 8.5 milyon Euro topladı. Meniga'nın 8.5 milyon Euro'luk yatırım turuna müşterisi olan üç farklı banka grubu liderlik etti. Fransa'nın en büyük bankalarından Groupe BPCE, Portekiz'den Grupo Crédito Agrícola ve İtalya'dan UniCredit... Yatırım turuna bankalarla birlikte bazı VC'ler de katıldı. En dikkat

çeken yatırımcılar Velocity Capital, Industrifonden ve Frumtak Ventures oldu.

Londra merkezli Meniga, diğer bankalara ve kendisi gibi FinTek girişimlerine hizmet veriyor. 2019 yılında Barcelona ve Singapur ofislerin açan şirketin İzlanda, İsveç, Finlandiya ve Polonya'da da ofisleri bulunuyor. Meniga, son aldığı yatırımla Ar-Ge faaliyetlerinin yanı sıra satış ve pazarlama çalışmalarını da hızlandıracak.



ÖZEL PARA BASAN DA VAR YÜZÜK HEDİYE EDEN DE...

➔ Covid-19 salgını, uzun zamandır unutulmuş yardımlaşma duygusunu yeniden harekete geçirdi. Dünyanın farklı yerlerinde farklı uygulamalarla insanlar birbirine yardım etmeye, bu zor günleri en az hasarla atlarmaya çalışıyor. Burada Avrupa'dan vereceğimiz uygulamalar, birbirine zıt gibi görünse de ikisi de yardım amacını taşıyor. FinTek yatırımlarının merkezi konumundaki Londra'da faaliyet gösteren K Wearables ve Moorwand adlı iki şirket, İngiltere Ulusal Sağlık Servisi çalışanlarına 300 adet temassız ödeme yapabilen yüzük hediye edeceğini açıkladı. Normalde 99.99 pound ücreti olan temassız ödeme yüzükleri, şarj veya telefon eşleştirmesine ihtiyaç duymuyor. Yüzükler su geçirmediği için sabun veya alkol gibi dezenfektanlardan da zarar görmüyor. Bir diğer haber, Avrupa'nın en yaşlı nüfusa sahip ülkesi İtalya'dan... Ülkenin en küçük kasabalarından Castellino del Biferno, halkın Covid-19'la mücadelesine



destek olmak için Ducati adlı banknotlar basmaya başladı. 550 kişinin yaşadığı kasabada belediye tarafından basılan banknotlar ihtiyaç sahiplerine veriliyor. Bu paralarla alışverişler yapılıyor, dükkan sahipleri de banknotları belediyeye götürerek karşılığında nakit alıyor.

Facebook Shops uygulaması devreye girdi



Bir süredir e-ticaret hizmetlerini genişletme çalışmaları yürüten Facebook, Covid-19 salgını sırasında Facebook Shops uygulamasının tanıtımını yaptı. Şirket, kullanıcıların platform üzerinden fotoğraf paylaşımını "satılık" ibaresini kullanmak yerine bu işlem için daha stabil bir platform geliştirdiğini duyurdu. "Küçük işletme dostu" olacak bu Facebook platformu, daha kolay bir alışveriş deneyimi için kullanıcılarla buluşturulacak. Facebook ve Instagram üzerinde kullanılacak platform, ücretsiz hizmet verecek. Kullanıcı dostu olarak tanıtılan yeni uygulamayı kişiselleştirmek de mümkün. Satılan ürünün, boyut ve bütçesi önemli olmaksızın her satıcının kullanabileceği bu program, müşterilerle iletişim için oldukça kolaylık sağlayacak. Instagram Shop, bu yaz ABD'den başlayarak dünya geneline yayılmayı amaçlayan bir platform. "Keşfet" bölümüne yapılan entegrasyonlarla kategorize edilmiş sınıfları filtrelemek mümkün. Güzellik, ev gibi kategorileri olacak uygulamanın yapısı menü çubuğuna sabitlenecek. Bu sayede tek tuşla Instagram Shop bölümüne erişmek mümkün olacak.

KARTLARIN SAĞ ALT KÖŞESİNDE TÜRKİYE'NİN HER KÖŞESİNDE

Türkiye'nin Ödeme Yöntemi TROY



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

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



Anında POS ile tanışın!

Finansal teknoloji alanında dünyanın en hızlı büyüyen platformlarından biri olan ve farklı ödeme çözümlerini bir arada sunan Wirecard'ın en yeni ürünü Anında POS ile e-ticarette beş dakika içerisinde satışa başlayın! Uçtan uca dijitalleşmedeki yeni sektör standartlarını birlikte belirleyelim.

www.wirecard.com.tr

wirecard