PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

EKİM **2020** Sayı: **114** / Fiyatı: **10 TL** **www.psmmag.com**

Birleşik Ödeme'nin online akıllı kasası PaySafe MNG Kargo ile yola çıktı

DIGITAL ONBOARDING

Uzaktan müşteri edinimi yarışı başlasın!

2020

Finans ve teknoloji dünyasının Oscar'ları sahiplerini arıyor

UPT Genel Müdürü Hakan Özat

BİREYLER VE KURUMLAR İÇİN UPTion DÖNEMİ BAŞLADI

ISSN: 2148-8983

GELECEĞİ KEŞFEDİN!

Yeni nesil ödeme yöntemiyle para yönetiminin kolaylığını yaşayın.

PayFix

@payfixcuzdan

@payfixcuzdan

www.payfix.com.tr

@payfix

@payfix

@payfixtr

Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

Ödeme sistemlerinde İran gibi olur muyuz?

PSM'de 4 yıl önce İran ödeme sistemleri pazarıyla ilgili bir araştırma yayınlamıştık. "Gündem Dijital" toplantısında digital onboarding/uzaktan müşteri edinimini konuşurken, son yıllarda regülasyonlar açısından kapalı bir ekosisteme dönüşmeye başladığımız dile getirilince aklıma geldi ve arşivden çıkarıp yeniden okudum...

İran'ın nüfusu Türkiye'den fazla ama 2015 yılı verilerine göre banka, şube, kart ve POS sayısı açısından bizi geçtiklerini öğrenince çok şaşırmıştım. E-ticaret hacminde de bizi katlamışlardı. Sadece ATM sayıları bizden azdı...

Asıl ilginci ise ambargolar nedeniyle kapalı bir ekonomiye sahip olsa da İran ödeme sistemleri için "Sistem kapalı devre, kriterler uluslararası..." diye bir ara başlık atıp şöyle devam etmişim:

"İran'da kapalı devre bankacılık ve ödeme sistemleri olmasına rağmen, ödeme kaydedici cihazlarda uluslararası güvenlik kriterleri PCI 2 ve 3'ün yanı sıra EMV L1 ve L2 seviyelerinin sağlanması isteniyor. İran Standart Kurumu, daha önce Türk Standartları Enstitüsü ve muadili kurumların sorumluluğunda olan, ancak yeni kanunla TÜBİTAK'a devredilen cihaz test ve onaylarından sorumlu. Gelir İdaresi Başkanlığı ise Türkiye'dekine benzer şekilde cihazın işlem kapasitelerini ve Vergi İdaresi'nin belirlediği kriterleri sağlayıp sağlamadığını kontrol ediyor.

Kısacası, ambargo döneminde bile başta Merkez Bankası, Şaparak, Gelir İdaresi Başkanlığı ve Vergi Dairesi olmak üzere tüm otoriteler, ödeme sistemlerine bağlanacak tüm çözümlerin EMV, PCI, ISO gibi uluslararası sertifikalara sahip olmasını istiyor..."

Amacım enseyi karartmak değil ama son dönemdeki bazı gelişmeler doğrusu kafa karıştırıyor. Konu buraya sığmayacak kadar uzun ve karmaşık. Terazinin "iyimserlik" kefesinde ise açık bankacılık uygulamaları ve uzaktan müşteri edinimini kolaylaştıran mevzuat değişiklikleri var. Türkiye Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşları Birliği'nin kurulması ve yönetiminin belirlenmesini de olumlu gelişme hanesine yazmak istiyorum. Birlik konusunu önümüzdeki sayıda ayrıntılı şekilde ele almayı planlıyoruz. Şimdilik yönetim ve görev dağılımını şuraya bırakalım:

TÜRKİYE ÖDEME VE ELEKTRONİK PARA KURULUŞLARI BİRLİĞİ

YÖNETİM KURULU

Başkan: Burhan Eliaçık / Aypara Ödeme Kuruluşu
Vizyon Tahsilat Sistemleri ve Ödeme Hizmetleri
iyzi Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri
Turkcell Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri
TT Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri
Ödeal Ödeme Kuruluşu
Belbim Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri
Birleşik Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para
Trend Ödeme Kuruluşu
Bpn Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri
Elekse Ödeme Kuruluşu
PayTR Ödeme Hizmetleri
Papara Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri

DENETİM KURULU

Aköde
Ozan Ödeme
Paladyum Elektronik Para

DİSİPLİN KOMİTESİ

Octet Express
Moka
Ria Turkey

TAŞINDIK

Erişim Medya Radyo Televizyon ve Dergi Yayıncılık A.Ş adına İMTİYAZ SAHİBİ VE GENEL YAYIN YÖNETMENİ
Kayhan Öztürk
kozturk@psmmag.com

GENEL KOORDİNATÖR
Barış Bekar
bbekar@akilliyasamdergisi.com

YAYIN DANIŞMANI
Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

EDİTÖRLER
E. Esin Gedik,
esin.gedik@gmail.com

Berrin Vildan Uyanık Bekar
buyanik@akilliyasamdergisi.com

MARKA VE PROJE YÖNETİMİ
Tülin Çakmak
tcakmak@psmmag.com

REKLAM & REZERVASYON
bbekar@akilliyasamdergisi.com

GÖRSEL TASARIM
Yücel Asırlık
yucelasirlik@gmail.com

YAYINCI ŞİRKET
Şirket Ünvanı
Erişim Medya Radyo Televizyon ve Dergi Yayıncılık A.Ş
Osmanağa Mah. Hasırcıbaşı Cad. Hasırcıbaşı Apt.
No:15/3 Kadıköy/İstanbul Tel: 0216 550 10 61/62

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.

İÇİNDEKİLER

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE • EKİM 2020

6 **VİTRİN**
iyzico'dan online alışverişte kartsız şartsız güvenli ödeme kolaylığı

10 **YENİLİK**
Türkiye'nin ilk numarasız ve cebe inen kredi kartı

12 **PARA TRANSFERİ**
Bireyler ve kurumlar için UPTion dönemi başladı

16 **GİRİŞİM**
Yurtdışından sipariş için yepyeni bir yöntem: Glocalzone

20 **İŞBİRLİĞİ**
Birleşik Ödeme'nin online akıllı kasası PaySafe, MNG Kargo ile yola çıktı

24 **ADVERTORIAL**
Ödeme deyince akla gelen çözüm olmak

26 **MÜŞTERİ DENEYİMİ**
"Hayatın gerektirdiği çözümleri tüm ekosistem için geliştiriyoruz"

30 **DİJİTAL & AÇIK BANKACILIK**
TEB müşterilerini bambaşka bir deneyim bekliyor

34 **PROJEKSİYON**
Meydan okuyan bankalar

36 **GÜNDEM DİJİTAL**
Uzaktan müşteri edinme yarışı başladı!

50 **MEVZUAT**
Uzaktan kimlik tespitine ilişkin tebliğ taslağı neler getiriyor?

52 **VİZYON**
Ödemelerin değişen yüzü

54 **YARIŞMA**
Finans ve teknoloji dünyasının Oscar'ları için geri sayım başladı

56 **IoT**
AUSTRIACARD'dan yeni nesil dijital çözümler

58 **ZİRVE YOLUNDA**
"Duygusal zekası yüksek işletmeler farklılaşacak"

62 **EXTRE**
Her 5 kartlı ödemenin 2'si banka kartlarıyla yapıldı

64 **DÜNYADAN**
Araç içi ödemelerin hacmi 2025'te 86 milyar dolara çıkacak

/WingsCard

WINGS'TEN UÇURAN AYRICALIKLAR

DÖNEM İÇİ HARCAMALARINIZI MİLLERİNİZ İLE ÖDEYİN

Hemen indir
Axess Mobil

WINGS'İN YENİ AYRICALIĞI MİL İLE ÖDE'Yİ KULLANARAK, AXESS MOBİL'DEN VEYA AKBANK DİREKT'TEN, DÖNEM İÇİ SEYAHAT VEYA KONAKLAMA HARCAMALARINIZI MİL PUANLARINIZDAN ÖDEYİN.

Mil ile Öde özelliği kapsamında dönem içinde yer alan seyahat veya konaklama harcamalarınızı Axess Mobil ve Akbank Direkt kanallarından birikmiş Mil Puanlar ile ödeyebilirsiniz. En az 100 TL'lik bir seyahat veya konaklama harcaması için ödeme yapabilirsiniz. 100 TL için 20.000 Mil Puan talep edilir. 100 TL'den sonraki her 25 TL için, 5.000 Mil Puan talep edilir. Örneğin; 103 TL'lik bir seyahat harcamanızı Mil ile Öde seçeneği ile ödeyebilmek için; 100 TL için 20.000, 3 TL için 5.000 Mil Puan, toplamda 25.000 Mil Puan'ınızın olması gereklidir. Mil ile Öde özelliğinden bireysel Wings, Wings Black, Wings Private asıl kart sahipleri ve Wings Business sahibi şahıs firmaları yararlanır. Ek kartlar ve sanal kartlar faydalanamamaktadır. Gecikmede olan kartlar Mil ile Öde özelliğinden faydalanamaz. 100 TL ve altı harcamalar için Mil ile Öde özelliği kullanılamamaktadır. Mil ile Öde butonu müşterinin Mil Puan bakiyesinin yeterliliğine göre gösterilir. Mil Puan bakiyesinin işlemi ödemeye yeterli olmadığı harcamaların altında Mil ile Öde butonu gösterilmez. Mil ile Öde özelliği kapsamında kısmi ödeme yapılamaz. Mil Puan bakiyesi yeterli olan, ancak Yıllık Kullanılabilir Mil Puan limiti yeterli olmayan Wings kart sahipleri kısmi ödeme yapabilir. Mil ile Öde sadece seyahat ve konaklama harcamaları için geçerlidir. Diğer sektörlerde yapılan harcamalarda geçerli değildir. Ekstreleşmiş harcamalar için Mil ile Öde özelliği kullanılmamaktadır. Mil ile Öde özelliği kapsamında kullanılacak Mil Puanlar Yıllık Kullanılabilir Mil Puan limitlerine dahildir. Mil ile ödediğiniz işlemi iptal etmek için 444 25 25 Akbank Telefon Şubesi'ni arayabilirsiniz.

axess Wings
HAYAT. ŞİMDİ. BENZERSİZ.

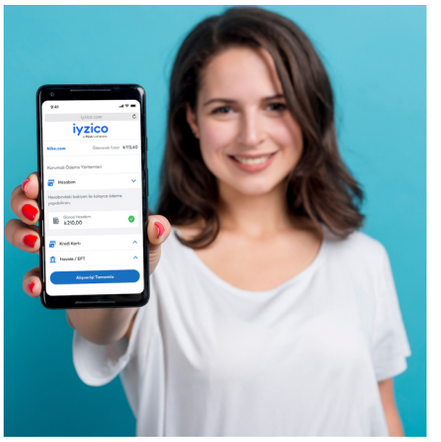
Wings'e hemen başvurmak için "WINGS" yazın, 5990'a kısa mesaj gönderin.

AKBANK

iyzico'dan online alışverişte kartsız şartsız güvenli ödeme kolaylığı

Uzun ve karmaşık iade süreçleri nedeniyle ödeme sayfasını terk edip ihtiyacını karşılayamayan tüketiciler, hiçbir bankacılık hizmetini kullanmayanlar, güvenlik endişesiyle online alışverişten uzak duranlar ya da banka hesabından direkt ödeme yapmak isteyenler "iyzico ile Öde" sayesinde kolay ve güvenli ödeme deneyimi yaşayabiliyor. Banka hesabı bulunmayan 22 milyon tüketici için internetten alışveriş yapmayı hızlı, pratik, masrafsız ve güvenli hale getiren bu hizmetten faydalanmak için iyzico hesabı açmak yeterli.

Kullanıcıların hiçbir ücret ödemeden açıp para yükleyebildiği iyzico hesabında yapılan tüm işlemler iyzico mobil uygulamasında görüntülenebiliyor. iyzico ile Öde aracılığıyla yapılan tüm ödemelerde tüketiciler, iyzico Korumalı Alışveriş kapsamında 7/24 canlı destek alıyor ve iptal/iade süreçlerinde kolaylığa sahip oluyor. iyzico hesap sahipleri dilediği zaman buradaki bakiyeyi banka hesaplarına aktarabiliyor.
iyzico mobil üzerinden iyzico hesabına kredi kartıyla para yüklenebildiği gibi, EFT veya havaleyle de ödeme



yapılabiliyor. iyzico hesabına tanımlanan saklı kartla havale veya EFT yapılarak ödeme kolaylıkla tamamlanabiliyor.

"Ödeal API" ile mağaza kuyrukları, gelir kayıpları son bulacak

Fevzi Güngör

Reyonda ödeme yaptırarak kasa kuyruklarını, hatta kasaları ortadan kaldırmayı amaçlayan "Ödeal API" kullanıma sunuldu. Ödeal Kurucu Ortağı Fevzi Güngör, "Cepte POS" ve "Yazarkasa POS"un ardından üçüncü faz olarak nitelendirdiği "Ödeal API" ürünüyle ilgili şu değerlendirmeyi yapıyor: "Perakende mağazalarda her 3 müşteriden biri, ödeme yapmak için 5 dakikadan fazla beklemek zorunda kaldığında alışverişi yapmadan mağazadan ayrılıyor. Ayrılmayanların bazıları ise bir daha o mağazadan alışveriş yapmıyor. Perakendeciler uzun kuyruklar nedeniyle yüzde 43'e kadar gelir kaybı yaşarken; müşteriler için de alışveriş kabusa dönüşüyor. Geliştirdiğimiz yeni ürünle perakende mağazacılıkta kasa kuyrukları oluşturmadan ve işlem süresini daha da kısaltarak müşterilerin kolaylıkla alışverişlerini tamamlamalarını sağlıyoruz. Ödeal API ile mağazacılar kasaları bile kaldırıp POS cihazı, tablet ya da cep telefonlarıyla ödeme alabilir ve alışverişin anında tamamlanmasını sağlayabilir."

PeP'le cüzdan hizmeti vermek ve kart çıkarmak çok kolay

PeP'le cüzdan hizmeti vermek ve kart çıkarmak çok kolay
PeP (Paladyum Elektronik Para), finans kuruluşu olmayan işletmelere de ödeme aracı çıkarma olanağı sunuyor. Marka ya da kurumlar, PeP'in çözüm ortaklığıyla tüketicilerine, kendilerine özel cüzdan ve kartlı ödeme kampanyaları düzenleyebiliyor, farklı indirim ya da avantajlar sağlayabiliyor. Örneğin, bu kapsamda geliştirilen PeP Kızılay Kart, internet harcamalarında tüketicilere güvenli bir seçenek sağlıyor, dijital ortamda ve yurtdışında güvenli bir alışveriş deneyimi sunuyor. PeP altyapısıyla kullanıma sunulan

Kızılay logolu sanal kartlarla yapılan harcamalardan elde edilen gelirin yüzde 50'si Kızılay'a bağışlanıyor. OPET PeP Visa Sanal Kart ise üç farklı kampanyayla OPET müşterilerine kazanç sağlıyor. Opet PeP Sanal Kart ile tek seferde yapılacak 300 TL ve üzeri online alışverişe, akaryakıt alışverişlerinde harcanabilir 30 TL değerinde yakıt puan hediye ediliyor. Toplamda 250 TL tutarındaki dijital

platform harcamalarında hediye tutarı 30 TL. Yurtdışı bağlantılı 750 TL ve üzeri online harcamada ise bir sonraki online harcamada kullanılabilecek 50 TL hediye ediliyor.

AKARYAKIT İSTASYONLARINDA

YEPYENİ BİR ÖDEME DENEYİMİNE HAZIR MISINIZ?

PROFİLO
ÖDEME SİSTEMLERİ

pyktalep@edata.com.tr

profiloodemesistemleri.com

iPara, sanal POS başvuru süreçlerini dijitale taşıdı

iPara'dan sanal POS hizmeti almak isteyen şirketler, artık başvuru işlemlerinin tamamını web sitesi üzerinden dijital bir süreçle tamamlayabilecek. iPara Genel Müdürü Burhan Eliaçık, yeni uygulamayla ilgili şu bilgileri veriyor:
"Üye işyerlerimizin işini kolaylaştırmak adına başvuru süreçlerimizi dijitale taşıdık. Böylelikle uzun başvuru sürecini kısaltıp müşterilerimize daha hızlı hizmet vereceğiz. iPara üye işyeri olmak isteyen firmalar online olarak başvurularını tamamlayıp, çalışacakları komisyon oranlarını şeffaf bir şekilde öğrenebiliyor. Bu sistemle evraklarını yükleyerek, başvuru sonucunu e-posta hesapları üzerinden takip edebiliyor.
Yakın zamanda üye işyerlerimizin tüm ihtiyaçlarına cevap veren, ayda 4 bin TL'ye varan tasarruf sağlayan 'İndirim Dünyası' platformumuzu hayata geçirmiştik. Önümüzdeki süreçte de yeni ürün ve hizmetlerle müşterilerimizin hayatını kolaylaştırmaya devam edeceğiz."

SiPay'e banka hesapsız para havalesi yaptırma izni

Ödeme hizmetleri kuruluşu SiPay, mevcut Sanal POS, dijital cüzdan çözümleri ve yakın zamanda hizmete sunacağı ön ödemeli kart ürününe ek olarak TCMB tarafından onaylanan faaliyet genişletme başvurusu sonucunda para havalesi yetkisine sahip oldu. Böylece SiPay, bireysel ve kurumsal müşterileri için tahsilat, ödeme ve para transferi hizmetlerinin tamamını tek bir çatı altında toplamış oldu. Para havalesi hizmetiyle müşteriler, banka hesapları olmasa dahi yurtiçi ve yurtdışı para havalesi işlemlerini SiPay'in yaygın bayi ağı ve düşük işlem ücretleriyle yapabilecek.
SiPay İş Geliştirme Direktörü Volkan Üstün, "Gerekli kriterleri sağlayarak Merkez Bankası'ndan faaliyet genişletme başvurumuza onay almaktan mutluluk duyuyoruz. SiPay olarak, hizmet alanlarımızı genişleterek geliştirmeye devam ettiğimiz iş modellerimizle, ülkemize ve kullanıcılara fayda sağlamaya devam etmeyi amaçlıyoruz" diyor.

Mehmet Cantekin, SiPay Yönetim Kurulu'nda

SiPay, Mehmet Cantekin ile üst yönetim kadrosunu güçlendirdi. Bankacılık-finans ve ödeme sistemleri alanında 28 yıllık deneyimine sahip olan Mehmet Cantekin, profesyonel kariyerine 1992 yılında BDDK'da başladı. Bu kurumdaki 13 yılın ardından 2006'da BDDK Denetim Dairesi başkanlığına atandı. 2007-2014 yılları arasında Vakıfbank'ta genel müdür yardımcılığı görevini üstlenen Cantekin, daha sonra sırasıyla Turkcell Grup'ta iç denetim direktörü (2014-2016), Turkcell Finansman A.Ş'de genel müdür (2016-2018), Turkpara Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu'nda (2019-2020) yönetim kurulu üyesi olarak çalıştı.
Sektör ve yönetim tecrübesiyle TBB Risk Merkezi başkanlığı ve Finansal Kurumlar Birliği başkanlığı gibi görevlerde de bulunan Cantekin, lisans eğitimini Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi maliye bölümünde tamamlarken, yüksek lisans eğitimini University of Illinois'de muhasebe üzerine aldı. Evli ve üç çocuk babası olan Cantekin, İngilizce ve Fransızca biliyor.

RESTORAN ÖDEMELERİNİZDE %20 İNDİRİM!

Başvuru için: İşCep MAXIMUM MOBİL

Ayrıntılı bilgi ve ek koşullar:
maximiles.com.tr

Kampanyaya dahil sektörlerde yurtdışında gerçekleştirilen ödeme işlemleri de indirim kampanyasına dahil olup yurtdışı harcamaları için EUR ya da USD cinsinden hesap özeti tercih eden müşterilerin indirimleri TL hesap özetine yansıtılacaktır. Tek seferde yapılan 500 TL ve üzeri restoran ödemelerinde %10, 1.000 TL ve üzeri restoran ödemelerinde %20 indirim sağlanmakta olup bir müşteri işlem başına en fazla 1.000 TL, kampanya süresi boyunca ise en fazla 2.500 TL indirim kazanabilir. Türkiye İş Bankası A.Ş. kampanyayı değiştirme ve sonlandırma hakkını saklı tutar.

Türkiye'nin ilk numarasız ve cebe inen kredi kartı

Akbank müşterileri, başvurdukları Axess ve Wings kartlarının adreslerine ulaşmasını beklemeden internet harcamalarında ve mobil ödemelerde kullanabiliyor. Kart numarası gibi bilgilere ise fiziki kartın üzerinde değil sadece mobil uygulamada yer veriliyor...

Salgın birçok sektörde iş yapış şekillerini, tüketici alışkanlıklarını, müşteri deneyimlerini değiştirip dönüştürüyor. Kuşkusuz ödeme sistemleri de bu değişimden fazlasıyla etkileniyor. Ödeme sistemlerinde dünya çapında örnek uygulamalara imza atan Türk bankaları, salgın sürecinde de bu öncü rolünü sürdürüyor. Akbank da kısa bir süre önce kullanıma sunduğu hizmetiyle bu anlamda ödeme dünyasına yepyeni bir ürün kazandırdı.

Evet, Akbank müşterileri artık Axess Mobil, Akbank Mobil, Akbank internet ve web sayfasından başvurdukları kredi kartlarının dijital versiyonlarına ıslak imza gerekmeksizin mobil uygulamalarından anında erişebiliyor. Akbank Strateji, Dijital Bankacılık ve Ödeme Sistemleri Genel Müdür Yardımcısı Burcu Civelek Yüce, "değişen müşteri alışkanlıklarına bir yanıt" olarak nitelendirdiği bu hizmetin ayrıntılarını anlattı...

Burcu Civelek Yüce

Ödeme sistemlerindeki değişim dönüşüm sürecinin salgının da etkisiyle hızlandığını görüyoruz. Bu değişim sektöre, Akbank'a nasıl yansıyor?

Türk bankacılık sektörü yıllardır dünya ödeme sistemlerine öncülük yapıyor. Hem bankalarımız hem de müşterilerimiz bu öncü konumun sürdürülmesinde yıllardır aktif rol oynadı. Özellikle salgın döneminde müşteri alışkanlarında yenilikçiliği ve dijitalleşmeyi ivmelendirecek çok hızlı bir değişim yaşandığını hep birlikte gözlemledik. Bu değişim hem yaşam, hem alışveriş tarzları hem de ödeme yöntemlerine yansıdı. Fiziksel mağaza yoğunluklu yapılan alışverişler hızlı bir şekilde dijital platformlara kaydı. E-ticarette rekor seviyede artış yaşandı. Aynı şekilde ödeme yöntemleri ağırlıklı olarak temassız, mobil ve internet ödemelerine döndü. Avrupa'da pek çok ülkede temassız kullanımının nasıl yaygınlaştırılacağı konuşulurken bu konuda zaten ileride olan Türkiye'de temassız kredi kartı ödemelerinin payı yüzde 20'lerden 40'lara yükseldi. Hatta bu oran Akbank'ta yüzde 50'ye yaklaştı. Akıllı telefonlarla temassız mobil ödemeler yılın başına göre sektör ortalamasında 2.5 katına, Akbank'ta ise 7 katına çıktı. Tüm kartlı ödemeler içerisinden yapılan internetten kartlı alışverişlerin payı da yüzde 25'e ulaştı.

Siz banka olarak bu değişime nasıl bir yanıt veriyorsunuz?

Bugün geldiğimiz noktada sektörümüzü dijital ödemeler alanında büyük bir adım daha ileri taşımak için Akbank Ödeme Sistemleri'nde, bankamız genelinde olduğu gibi, bütünsel bir dijital dönüşüm stratejisi hayata geçiriyoruz. Dönüşüm stratejimizin temelinde müşterilerimizin beklentileri ve ihtiyaçları yer alıyor. Müşterilerimiz dijital dünyayla daha çok etkileşimde oldukça e-ticaret alışverişleri de artıyor. Yakından gözlemlediğimiz bu trend için salgın dönemi ayrıca kritik bir katalizör oldu.

Değişen müşteri alışkanlıkları ve dinamikler bizlere bugüne kadar yaptığımız ve yapmaya devam edeceğimiz dijital dö-

nüşümün haklılığını bir kez daha gösterdi. Uzun zamandır dijital ödemeler üzerine çalışıyoruz. Temassız/QR kodla mobil ödeme, mil ile ödeme -ki bunu internet harcamalarına da açtık- gibi birçok uygulamayı yakın zaman içinde hayata geçirdik. Vizyonumuz, dijital ödemelerde öncü rolümüzü korumak. Yalın, hızlı müşteri deneyimi ile yenilikçi çözümleri müşterilerimize sunmaya devam etmek.

Dijital dünyada alışveriş ve ödeme alanını sahiplendiğinizde oyunun kurallarını da yeniden yazmanız gerekiyor. Müşterilerimiz artık bizi sadece diğer bankalarla değil diğer sektörlerle de karşılaştırıyor. Dijital dünyada yaşadığı deneyimi telefonundaki tüm uygulamaların arkasındaki her türlü kurumdan bekliyor. Buradaki en temel müşteri beklentisi ise her şeyin "anında" gerçekleşmesi.

Dijitalleşmenin hızla yaygınlaştığı ve müşterilerimizin dijital çözümlere eğiliminin daha da arttığı bu dönemde, dijital ödemeler tecrübemizi de arkamıza alarak Türkiye'de bir ilk olacak yepyeni bir ürünü hayata geçirdik. Akbank kredi kartlarında artık kartların anında cebe indiği, benzersiz bir dijital dönem bizleri bekliyor.

Türkiye için bir ilk olan bu deneyimin çıkış noktasını, hedeflerinizi anlatır mısınız?

Dijital dönüşüm stratejimiz kapsamında sıfırdan tasarladığımız ürün ve hizmetlerimizin yanı sıra kredi kartlarında da müşterilerimize yepyeni bir dijital deneyim sunmaya başladık. Türkiye'de bugün kredi kartlarında "Digital First" programını Mastercard ile hayata geçiren ilk banka olduk. Bu yeniliğin arkasına her zaman olduğu gibi müşteri deneyimi odağımızı ve tasarım gücümüzü koyduk.

Müşteri deneyimini zenginleştirmek için tüm süreçlerimizi yeniden ele aldık. Yeni akışımız sayesinde müşterilerimize oldukça yalın ve dijital bir deneyim sunacağız. Bu benzersiz deneyim, dijital kanallarımız üzerinden kart başvurusuyla başlayıp kartın tüm kullanım alanlarında müşterilerimizin hayatını kolaylaştırmak üzerine tasarlandı.

Akbank müşterileri artık Axess Mobil, Akbank Mobil, Akbank internet ve web sayfasından başvurdukları kredi kartlarının dijital versiyonlarına, ıslak imza gerekmeksizin mobil uygulamalarından anında erişebilecek. Axess ve Wings sahipleri aynı zamanda anında internet alışverişlerinde kullanacakları kart numaralarını kolayca kopyalayabilecek ve limitlerini diledikleri gibi artırıp azaltabilecek.

Temassız ödeme konusunda zaten pazarın çok önünde bir kullanım alışkanlığına sahip Akbank müşterilerimizin, sunduğumuz bu anında kullanım özelliğiyle birlikte önümüzdeki dönemde ödemeleri için ceplerinden kartlarından çok telefonlarını çıkaracaklarını çok rahat söyleyebiliriz. Yenilikçi ürün ve hizmetlerimizi her zaman büyük bir hızla kullanmaya başlayan Akbank müşterileri sayesinde, çok kısa sürede tüm kredi kartı başvurularımızın yüzde 90'ının bu şekilde oluşmasını bekliyoruz.

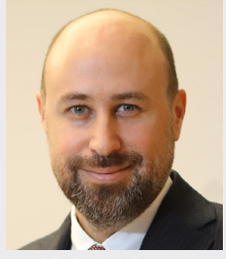
Akbank, ilk kez Axess veya Wings sahibi olan müşterilerine; Amazon.com.tr, GittiGidiyor, Hepsiburada, n11 veya Trendyol'dan yapacakları ilk 300 TL ve üzeri alışverişine 100 TL "kaybolmayan chip-para" hediye ediyor.

Yeni hizmetle birlikte kartların tasarımı da değişti. Bu konuda nasıl bir yaklaşım izlediniz?

Türkiye'de bir ilk olan bu dijital deneyimi sadece ürün özellikleriyle sınırlı tutmadık ve müşteri deneyiminin ayrılmaz bir parçası olarak kart tasarımımıza da taşıdık. Küresel düzeyde birçok yenilikçi ödeme altyapısının kart tasarımını yapmış bir ajansla çalışarak Axess'e yepyeni bir soluk getirdik. Yeni kart tasarımımızla müşterilerimiz için sade ve yenilikçi bir deneyim yaratmayı hedefledik. Yeni Axess kart tasarımımızla Türkiye'nin ilk numarasız kredi kartını müşterilerimize sunuyor olmak da bizleri ayrıca heyecanlandırıyor. Müşterilerimiz kartlarına ait tüm bilgilere mobil uygulamaları üzerinden güvenli bir şekilde ve hızlıca erişebilecek.

MASTERCARD, DIGITAL FIRST PROGRAMINI AKBANK'LA DUYURDU

Mastercard Türkiye ve Azerbaycan Genel Müdürü Yiğit Çağlayan, Akbank'ın yeni hizmeti ve Digital First programıyla ilgili şu değerlendirmeyi yaptı: "Mastercard olarak hızla dijitalleşen dünyada, tüketicilerin ihtiyaçlarına cevap verecek yenilikçi çözümler üzerinde çalışıyoruz. Türkiye'nin ve Türk bankalarının her zaman olduğu gibi bu dönemde de yenilikçi teknolojilere gösterdiği ilgi ve uygulama hızı bizleri gururlandırıyor. İlk kez Apple ile tanıtılan ve ödeme teknolojilerinde yeni bir standart olacağına inandığımız Digital First programını Türkiye'de de Akbank ile lanse etmekten büyük mutluluk duyuyoruz. Türkiye'nin ticari ekosistemdeki dijitalleşme hızı diğer pazarlara da örnek oluyor. Bu dönemde, yenilikçi teknolojilerin uygulamaya geçtiği öncü pazarlardan biri olmanın haklı gururunu yaşıyoruz."



Yiğit Çağlayan

Bireyler ve kurumlar için UPTion dönemi başladı

E. ESİN GEDİK

200'e yakın ülkeye bireysel para transferi yapabilen UPT, WSBI ile imzaladığı anlaşma doğrultusunda dünya çapında 8 bin bankanın transferi için de aracılık edebilecek. Yeni mobil uygulama UPTion, yine dünya çapında hem gerçek hem de tüzel kişiler arasında düşük komisyonlarla para transferi olanağı sağlayacak...

Aktif Bank iştiraki olarak yurtiçi ve yurt dışı para transferi hizmeti verme amacıyla kurulan UPT, 10 yılı geride bıraktı. 2013 yılında yürürlüğe giren 6493 sayılı "Ödeme ve Menkul Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun" kapsamında sektöründe ilk lisansı alan UPT Ödeme Hizmetleri A.Ş, artık gözünü küresel bir marka olmaya dikti. 200'e yakın ülkede 400 bin işlem noktasına ulaşan UPT, 5 kıtada büyümeye devam ediyor. Aslında UPT'nin kuruluşundan bu yana ajandasında küresel bir şirket olma hedefi vardı. Şubat 2019'da göreve başlayan yeni Genel Müdür Hakan Özat ise bu hedefi başka bir yöne taşıma kararı aldı.

Özat, "Şu anda 200 ülkeye para gönderebilir haldeyiz. 98 kurumla iş birliğimiz var ve geçen yıl 154 ülkeyle işlem gerçekleştirdik. Bunlar zaten küreselleştiğimizi gösteriyor ama biz yurt dışında UPT markasıyla büyümek istiyoruz" diyor. Ardından da bu yaklaşımı şöyle özetliyor:

"Yurtdışında gidip bir anlaşma yaparak onlar bize para göndersin, biz gönderelim yaklaşımının ötesinde kendi markamızla var olmak istiyoruz. Çeşitli ülkelerde fiziki noktalar açma ve lisans alma sürecini başlattık. Bu kapsamda zaten Azerbaycan, Kosova ve Arnavutluk'ta bir yapılanmamız vardı. Hemen arkasından Ürdün, Özbekistan, Yemen ve Katar'da örgütlendik ve müşterilerimizle UPT markasını buluşturduk. Kazakistan'da UPT hizmetleri de bu ay devreye girecek. Kırgızistan'da ise lisans sürecimiz tamamlandı. Bankalar ile görüşmelerimiz devam ediyor. Yıl sonuna gelmeden 11 ülkede UPT markasıyla faaliyete başlamış olacağız."

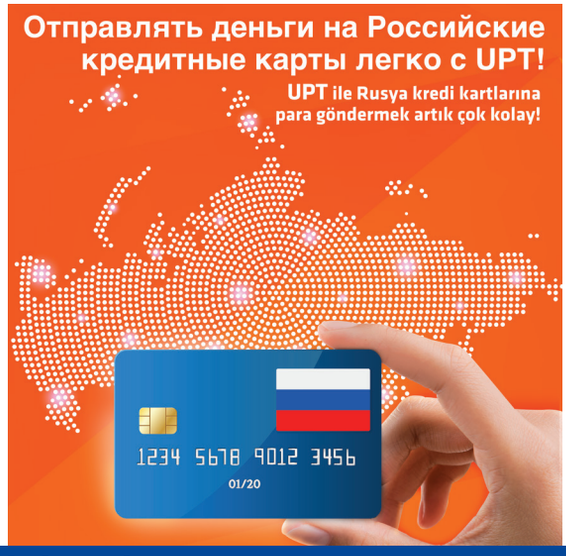
UPT'nin markalaşma hedefinin bir diğer nedeni de sadece anlaşmalı olunan ülkelerle Türkiye arasında para gönderiminin ötesinde tam bir uluslararası ağa kavuşma isteği. Bir örnekle ifade edecek olursak; Kırgızistan'dan tüm dünyaya, tüm dünyadan da Kırgızistan'a para transferine aracılık etmek.

Hedef pazarlar: BDT, Avrupa ve Afrika

Bu noktada UPT'nin hedef pazarlarından biri BDT (Bağımsız Devletler Topluluğu) bölgesi... Hakan Özat, "Bu bölgede yapılanmamızı tamamladık, bankalarla anlaşmalar yaparak ağımızı genişletiyoruz. Bu yıl sonuna kadar ya da en geç gelecek yıl tam kapasite çalışmaya başlayacağız. Diğer bir hedef pazarımızsa Avrupa" diyor.

Avrupa'daki örgütlenme biçimi BDT'den biraz daha farklı. Özat, bu yıl Litvanya'da elektronik para lisansı almak için başvuruda bulunduklarını hatırlatıyor ve "Bu lisans sayesinde tüm Avrupa'da faaliyet gösterebileceğiz. Tahminimce Haziran 2021 gibi lisans sürecini tamamlayarak Avrupa'nın her ülkesinde faaliyet gösterebilir hale geleceğiz. Çünkü Litvanya'da alınan bir lisansla tüm Avrupa'da hizmet verebileceğiz. Uygulamamız da o tarihe kadar devreye girmiş olacak" bilgisini veriyor.

Afrika da Avrupa ile bağlantılı olarak UPT'nin gündeminde önemli bir yer tutuyor. Özat, bu bölgeyle ilgili de şu değerlendirmeyi yapıyor: "Birçok Afrika ülkesindeki bankalarla görüşme halindeyiz. En son Yemen'de bir ödeme kuruluşuyla ve Fas'ın önde gelen bankalarından biri ile anlaştık. Afrika farklı bir bölge ve alım tarafında



2020 İŞLEM HACMİ BEKLENTİSİ 8 MİLYAR TL

UPT, 2019 yılında 44 olan API entegrasyonu bulunan yerli ve yabancı partner sayısını 90'ın üzerine çıkarmış. Visa, Mastercard gibi dünya devleriyle de çalışan şirket, halen Aktif Bank, PTT, temsilciler ve kendine ait şubeleri olmak üzere Türkiye çapında 7 bini aşkın noktada hizmet veriyor. Hakan Özat, "Bu yılı 10 milyar TL'nin üzerinde bir işlem hacmiyle kapatmayı hedefliyorduk ama salgın nedeniyle beklentimizi 8 milyar TL olarak revize ettik. İşlem sayısı da 2 milyona ulaşacak diye bekliyoruz" diyor. UPT'nin aracılık ettiği işlemlerin yüzde 60-65'i yurtdışından Türkiye'ye, yüzde 25-30'u Türkiye'den yurtdışına, kalanı da yurtiçine ve yurtdışından yurtdışına yönelik. Avrupa dışında diğer ülkelerden işlemlerin neredeyse yüzde 90'ı dolarla yapılıyor. Ancak son zamanlarda TL cinsi ödemeler de ciddi şekilde artmış. Özat, bunu UPT'nin rekabetçi döviz kuru sunmasına bağlıyor. Bunu gören müşteriler transfer tutarlarını TL olarak UPT'ye getirip, avantajlı döviz kurları ile işlemlerini gerçekleştiriyorlar.

neredeyse sadece yurtdışından gelen parayla yaşayan ülkeler var. Avrupa'ya açıldığımızda aslında Afrika'yı da kapsamış olacağız."

Hakan Özat, Kuzey ve Güney Amerika'nın ise birbiriyle bütünleşmiş ve oturmuş bir pazar olduğunu düşünüyor. Bu yüzden de orta vadeli planlar içinde bu bölge yok. Ancak Asya'ya özel bir önem verdiklerini belirtmeden geçemiyor.

Elektronik cüzdan out, IBAN in

Hakan Özat göreve geldikten sonra UPT'nin ağırlık verdiği konulardan biri de dijitalleşme olmuş. Aslında UPT, birkaç yıl önce "SendUPT" uygulamasını kullanıma sunarak dijitalleşme konusunda ilk adımları atmıştı. Şimdi şirket, müşteri deneyimini daha da artırmak amacıyla yeni bir uygulamayı devreye alıyor.

"Geçen yıl yeni bir mobil uygulama tasarımına başladık. Şu anda testlerde son aşamadayız. Birkaç ay içinde uygulama mağazalarında yayına girecek" diyen Özat, geliştirdikleri çözümün IBAN özelliğiyle fark yaratacağını vurguluyor.

Şu ana kadar dijitalde tüm işlemlerin elektronik cüzdanla yürütüldüğünü hatırlatan Özat, yaratacakları farkı şöyle ayrıntılandırıyor:

"Herhangi bir dijital uygulamayı kullanarak para gönderip almak için her iki tarafın da bir elektronik cüzdana sahip olması gerekiyor. Oysa biz dijital uygulamamız üzerinden müşterilerimize farklı döviz cinslerinde IBAN numarası vererek var olan finansal sisteme entegre bir şekilde mobil cüzdanlarını kullanmalarını sağlıyoruz. Bilindiği gibi, Türkiye'den yurtdışına para gönderenler ya da para transferi yapılan kişilerin, banka hesabı olma oranı oldukça düşük. Özellikle Türkiye'de yaşayan göçmenler ya da yurtdışındaki ailelerinin gönderdiği parayla yaşayanların

çoğunun banka hesabı yok. Biz bu müşterilerimize IBAN numarası vererek bu sorunu ortadan kaldıracağız. Böylece bu kişileri de finansal sisteme dahil edeceğiz. Bu yeni ve farklı uygulamanın adını da UPTion olarak belirledik."
UPT'nin UPTion ile ilk hedefi BDT ve Avrupa ülkeleri. Hakan Özat, para göndermenin yanı sıra Türkiye ile Avrupa arasında ciddi bir ticaret olduğunu hatırlatıyor ve UPTion ile bu ticaret ödeme ve tahsilatlarının daha kolay hale geleceğini vurguluyor. Bu konuda da hedef Temmuz 2021 olarak belirlenmiş.

UPT, 8000 bankanın üyesi olduğu WSBI platformunun sistem sağlayıcısı oldu

UPT ekibinin üzerinde çalıştığı bir diğer proje, bugüne kadar yapılan işi başka bir noktaya taşıyacak. Bireyler arasında yapılan ödemelere banka müşterilerinin birbirlerine yapacağı ödemeler de eklenecek. Aslında bu projenin ilk adımı Dünya Tasarruf ve Perakende Bankacılık Enstitüsü (WSBI) ile yapılan iş birliğiyle başlamıştı. Hatırlanacağı gibi imzalar, 2019 yılında Singapur'da düzenlenen bir konferans sırasında atılmıştı. WSBI, dünya çapında 8 binden fazla bankanın üye olduğu bir platform. İşte UPT, başta Amerika kıtası olmak üzere Asya bölgesinde de oldukça yaygın olan bu bankacılık ağına üye olan bankaların müşterilerinin birbirlerine yapacağı ödemelerde sistem altyapı sağlayıcısı olacak.
Özat, WSBI platformunun da bu ödemelere aracılık edecek şekilde tasarlandığını belirtiyor: "Hedefimiz 8 bin bankanın müşterilerine ait transferleri WSBI üzerinden yapmalarını sağlamak. Yazılımımızı tamamladık ve geçen ay üye bankalarla gruplar halinde video-konferans yapmaya başladık ve birebir görüşmelerimiz sürüyor. Şimdiden 4 büyük banka sisteme dahil olmaya karar verdi."
Projenin en önemli ayağını Birleşmiş Milletler desteği oluşturuyor. Özat, "Biliyorsunuz, Birleşmiş Milletler'in sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak için para transferi komisyonlarının 2023'e kadar yüzde 3'ün altına çekilmesi hedefi var. Şu anda ise ortalama oran yüzde 7 civarında" diyor.
Peki, UPT bu projeyle uluslararası para transferini sağlayan sistemlere alternatif mi olacak? Özat net bir "evet" demiyor ama anlattıkları böyle bir duruma işaret ediyor. Bu alanda faaliyet gösteren dünya devleri bulunduğunu, hedeflerinin de kârı maksimize etmek olduğunu ifade eden Özat, şu yorumu yapıyor: "Biz de aradan aracı firmaları çıkararak hem bankaların karını hem de operasyonel verimliliklerini artırıyoruz. Diğer taraftan müşteriler de düşük komisyon ücretleri ile ailelerine para göndermelerini sağlıyoruz. Bizim için çok heyecan verici bir proje diyebilirim."
UPT'nin bu projedeki ilk hedefi, Ortadoğu-Asya koridorundaki 100'e yakın bankayı sisteme dahil etmek. Böylece geniş bir alan kapsanmış olacak. Özat, ilk etapta Uzakdoğu ülkelerindeki bankaların büyük ilgi göstermesini bekliyor ve ekliyor: "Şu anda Türkiye'den ziyade Ortadoğu ve Asya koridoru bizim için önemli."

Sırada "adrese teslim para transferi" var

Tüm dünyada salgının en çok etkilediği sektörler arasında para transferi de var. Sokağa çıkma yasağının getirdiği zorluğun yanı sıra iş kayıpları da etkili oluyor. Dünya genelinde para transferlerinin çoğunu göçmen işçiler yapıyor. Salgın nedeniyle iş kaybı da en çok bu sektörde yaşandı. Bu durum doğal olarak UPT'yi de etkilemiş.
Özat, "Mart ayı içinde işlem hacmimiz yüzde 25-30'lara kadar düştü. Ancak nisandan sonra dengeler değişti. Türkiye çok dinamik bir ülke. Mayıs-haziran aylarında geçen yılki seviyelere yaklaştık. Hatta temmuz ayında geçen yılki hacmimizi geçtik. Yurtdışındaki ortaklarımızla da konuşuyoruz; ortak beklenti işlem hacminin geçen yılın yüzde 10-15 altında kalacağı yönünde. Tabii yılın geri kalanında ne olacağını bilemiyoruz" yorumunu yapıyor.
En çok etkilenen bölgenin BDT olduğunu anlatan Özat, bu süreçte yeni bir hizmet daha başlatmaya karar verdiklerini açıklıyor: "Salgın sürecinde dijitalin önemini bir kez daha hissettik. Dijital uygulamamız üzerinde çalışmalarımızı yaparken salgın başladı. Bu süreci iyi değerlendirdik ve içinde bulunduğumuz ekim ayı itibarıyla uygulamamızı kullanıma sunuyoruz. İnsanlar artık sokağa çıkmadan da istediği yere para gönderebilecek. Ayrıca, yine ortaklarımızla birlikte gönderilen paranın adrese teslimi üzerine çalışıyoruz. 1.5 ay içinde tüm çalışmalarını bitireceğiz. Yurtdışından gelen transferlerin ödemesini kişilerin bulunduğu adrese giderek gerçekleştireceğiz. Özellikle 65 yaş üstündeki vatandaşlarımız bu konuda sorun yaşadı, öğrenciler de öyle... İkinci bir dalga gelmesi durumunda biz tamamen hazır olacağız."

10 BİN DOLARIN ALTINDA İŞLEM YAPANLAR UPTION'U KULLANABİLECEK

Hakan Özat'ın da açıkladığı gibi, UPT'nin dünya çapında kullanıma sunacağı UPTion uygulamasının ikinci ayağını tüzel kişiler oluşturacak. Özellikle Avrupa'ya ithalat-ihracat yapan tüzel kişiler, ödeme ve tahsilatlarını UPTion üzerinden yapabilecek.
Özat, "UPTion'un yaklaşık 80 milyar dolar işlem hacmi olan bu koridorda çok ilgi çekeceğine inanıyoruz. Malum, salgın döneminde çok sayıda kişi e-ticarete başladı. Özellikle sosyal medya üzerinden satışlar artıyor. Bu işlemler için QR kodla ödeme hizmetimiz var. Ancak freelance olarak yurtdışına çalışan kişiler, ticaret yapanlar ödeme/tahsilat güçlüğü çekiyor. SWIFT sistemini kullanmak istediklerinde ise çok ciddi komisyon ücretiyle karşılaşıyorlar. Bu hizmetimizin özellikle 10 bin doların altındaki ödemeler için tercih edileceğini düşünüyoruz. Dijital uygulamamızın ikinci ayağını da bu oluşturuyor" diyor.

Yurtdışından sipariş için yepyeni bir yöntem: GLOCALZONE

Doğan Turan

Yurtdışından gelenler ile sipariş verenleri buluşturarak seyahatleri kazanca çeviren Glocalzone, Visa İnovasyon Programı ile birlikte vizyon değiştirdi, yatırım aldı, yeni ufuklara yelken açtı. Şirketin kurucu ortağı Doğan Turan, "Salgının ilk döneminde işlerimiz azalmıştı ama yeniden eski seviyelere ulaştık. Şu anda 100 ülkeden toplamda 150 bin abonemiz var. Hedefimiz farklı ülkelerdeki üye sayımızı ve işlemleri artırmak" diyor.

Küresel e-ticaret hızla gelişip yaygınlaşıyor ama yurtdışından almak istediğimiz pek çok ürüne ulaşmakta zorluk çekiyoruz. Örneğin birçok e-ticaret sitesi yerel kartları kabul etmiyor, sipariş ettiğimiz ürün göründüğünden farklı olabiliyor, bazen aylarca beklemek zorunda kalabiliyoruz, hatta bu dönemde ek gümrük vergileri bile çıkabiliyor.
Bu tür sıkıntıları yaşamak istemeyenler çareyi -bulabilirse tabii- akraba, eş-dost ya da iş arkadaşlarında arıyor. Tabii çoğunlukla "zamanım olursa alırım, çok sipariş var, vaktim yok, valizim dolu" gibi cevaplarla karşılaşabiliyorlar.
İşte iki genç girişimci, deyim yerindeyse

bu derde deva buldu. Üniversite arkadaşı olan Doğan Turan ve Burak Sönmez'in girişimleriyle kurulan Glocalzone'dan bahsediyoruz.

Glocalzone'un ne işe yaradığını kısaca şöyle özetleyebiliriz: Ülkenizde olmayan ya da size uygun şartlarda bulamadığınız ürünleri yurtdışına giden biri aracılığıyla size ulaştırıyor. Glocalzone'a üye oluyor, indirdiğiniz program üzerinden ihtiyacınız olan ürünün görselini paylaşıyor, hangi ülkeden istediğinizi belirtiyorsunuz. İsterseniz sistemi somut bir örnekle şöyle açıklamaya çalışalım: Eşinize Paris'ten özel bir parfüm getirtmek istiyorsunuz. Parfümün görselini, satıldığı yerin linkini ve fiyatını ekliyorsunuz. Sisteme abone olan ve kısa süre içinde Paris'e seyahat edecek olan biri talebinize yanıt veriyor. Siz, sipariş veren olarak ürünün fiyatına ek olarak komisyon bedelini Glocalzone'un hesabına gönderiyorsunuz. Ürünü getiren kişiyle irtibata geçip siparişinizi teslim alıyorsunuz. Yine Glocalzone uygulaması üzerinden "Ürün teslim edildi" ve "Ürün teslim alındı" seçenekleri işaretlendiğinde ürünün ücreti, ürünü getiren kişinin hesabına geçiyor.

İlk sermaye üniversite hocalarından...

Doğan Turan ve Burak Sönmez, bu sistemin temelini İzmir'de üniversite okurken atmışlar. Turan, aslında siyaset bilimi eğitimi almış. Girişimcilik yeteneğini ise yine üniversite yıllarında Türkiye Girişimcilik Vakfı bünyesinde aldığı eğitimle geliştirmiş. Sönmez de işin teknik kısmından sorumlu olmuş. İki arkadaş, 2017 yılının sonlarında üniversite hocalarının sağladığı mali desteği ilk yatırım olarak kullanıp şirketi kurmuşlar. Kuruluş yeri olarak da Estonya'yı tercih etmişler. Estonya'nın sınır ötesi şirket kurulumlarını desteklemesi ve sağladığı avantajlar bu kararda etkili olmuş.

Glocalzone, kuruluşunun hemen ardından İş Bankası'nın desteklediği Workup Girişimcilik Programı'na seçilerek de dikkatleri çekmişti. Doğan Turan, "Workup'a katılmak bizi oldukça hareketlendirdi, altyapımızı daha da güçlendirip ortak sayımızı artırdık" diyor.

2019 başında ilk tur yatırımını alan Glocalzone, aynı yılın Mart ayında uygulamasını kullanıma sokup Nisan ayında da ilk faturasını kesmiş.

2019 yılı Glocalzone'a bir dönüm noktası daha getiriyor… Şirket aynı yıl Visa'nın dijital ödeme ekosisteminde inovasyonu desteklemek ve hızlandırmak amacıyla Hackquarters ortaklığında hayata geçirdiği Visa İnovasyon Programı'na dahil olan 5 FinTek arasındaki yerini aldı.

Glocalzone, 6 ay süren programla birlikte mentorlardan girişimlerini hızlandıracak eğitimleri tamamladı. Aynı zamanda Visa Developer Platform üzerinden Visa API'lerini kullanarak Visa Direct uluslararası para transferi özelliğini ürünlerine entegre ettiler. Böylece çok hızlı ve ucuz maliyetle, Visa sistemi üzerinden yurt dışından para transferi alma özelliğini devreye aldılar. Şu anda başka pazarlara açılmak için de Visa bağlantılarını kullanmaya devam ediyorlar.

Turan, o dönemde 2 bin 500 olan abone sayısının bugün 100 farklı ülkeden 150 bine ulaştığını vurguluyor.

Bir seyahatten 500-1000 dolar kazanmak mümkün

Glocalzone platformunun abone olan herkese fayda sağladığını ifade eden Turan, "İş ya da tatil için çıktığınız bir seyahatte birkaç saatinizi ayırarak ek gelir elde edebiliyorsunuz. Örneğin, şu anda bir ABD seyahatinden 500-1000 dolar arasında gelir elde eden abonelerimiz var" diyor.

Turan, abone profili hakkında da bilgiler paylaşıyor. 100 farklı ülkeden aboneye sahip olduklarını vurguluyor. Hindistan'dan ABD'ye, Rusya'dan Afrika ülkelerine kadar geniş bir coğrafyadaki abonelerin önemli bir bölümü 24-35 yaş aralığında. Tabii 65 yaşında da 18 yaşında da abone var. Sık seyahat edenler, yurtdışında uzun zaman yaşamış olanlar, expat'lar, havayolu şirketi çalışanları abonelerin önemli bir bölümünü oluşturuyor.

Siparişlerin ortalama sepet büyüklüğü 250-300 Euro civarında. Doğan Turan, en çok sipariş edilenleri ise kozmetik, gıda takviyeleri, bebek ürünleri ve teknolojik aletler olarak sıralıyor. Hatta bazen insanlar çok sevdikleri bir çikolatayı ya da kendi ülkelerinde bulamadıkları sosları da sipariş ediyormuş. Turan, "Bazı

ÖDEMELER VISA ÖN ÖDEMELİ KARTLARLA YAPILIYOR

Glocalzone, salgın sürecinde yeni projeler de geliştirmiş. Hedef yurtdışında, özellikle de güçlü rakiplerin olduğu pazarlarda büyümek. Doğan Turan, "ABD pazarı çok büyük ama güçlü rakipler var. Bu yüzden daha çok Latin Amerika eksenli çalışıyoruz. Salgın öncesinde yurtdışı siparişlerinde ciddi bir ivme yakalamıştık. Örneğin, Moskova'dan bir üyemiz Londra'dan gelen bir İngiliz'e sipariş verebiliyordu. Hatta ülke içlerinde de siparişler oluyordu. Şimdi bu alanda daha da büyüyeceğiz" diyor.

Glocalzone'un bugünlerde üzerinde çalıştığı bir başka proje, yeni mobil uygulamayla ilgili. Turan, kendilerini rakiplerinden ayrıştıracak, daha kullanıcı dostu bir uygulama hazırladıklarını, kullanıma sunduklarında yepyeni bir deneyim yaşatacaklarını vurguluyor. Ödemeler için İninal'ın yanı sıra Glocalzone kartlar kullanılabiliyor. Turan, uygulamanın web versiyonunu da 2021'de kullanıma açacaklarını söylüyor.

Glocalzone

Yurt Dışından Alışveriş

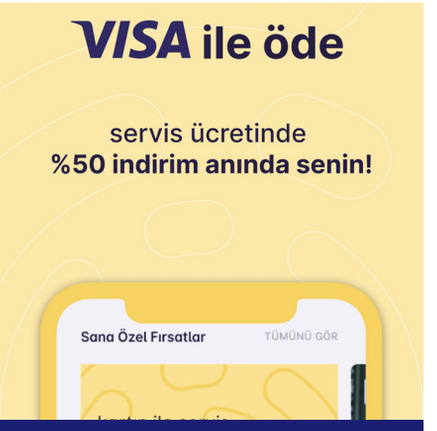
Dünya'nın her yerinden, dilediğin ürünü al

abonelerimiz yaşlılar ya da hayvanlar için getirdikleri ürünler için komisyon almıyor, tamamen gönüllü olarak bu işi yapanlar da var" diyor.

Yasal olmayan ürünlerin siparişi yasak

Bu arada sipariş edilen tüm ürünlerin yasal sınırlar içinde olması gerekiyor. Örneğin, ilaç ya da içki siparişi verilemiyor. Ve yurtdışından getirilecek tüm ürünlerin, sipariş verilen ve siparişin gideceği ülkenin gümrük kurallarına uygun olması da şart.

Glocalzone'un kuruluş hikayesi ve sistemin genel işleyişini bu şekilde aktarmaya çalıştık. Turan, işlerin salgın sürecinden nasıl etkilendiğini de şöyle anlatıyor: "Şubat 2020'de, Angel Effect'in liderlik ettiği ikinci yatırım turunda toplamda 2.15 milyon Euro yatırım aldık. Bu turun zamanlaması gerçekten de şirketimiz açısından büyük bir şans oldu. Çünkü bu yatırım turunu tamamladıktan sadece bir hafta sonra Avrupa ve Türkiye'de salgın patladı. Salgın elbette işimizi etkiledi, hacmimizi ciddi olarak düşürdü. Doğal olarak neredeyse tüm ülkeler sınırlarını kapatınca seyahatler durdu. Biz de bu süreci 'özümüze dönmek' için bir fırsat olarak kullandık. Tüm süreçlerin üzerinden geçtik, altyapımızı inceledik, zayıf ve güçlü yönlerimizi yeniden değerlendirdik. Temmuz ve Ağustos itibarıyla da işlem hacimlerinde Şubat ayını yakaladık. Salgın halen sürse de kademeli serbestlikle seyahatler başladı. Bu dönemde seyahat sayısı yine az olsa da sipariş sayısında artış var. Bu da işlem hacmimizi büyütüyor."



"VISA İNOVASYON PROGRAMI DEPAR ATMAMIZI SAĞLADI"

Glocalzone'un Visa İnovasyon Programı ile tanışması ise 2019 yılının Mayıs ayında olmuş. Yani şirket, ilk faturasını kestikten sadece 1 ay sonra bu programa katılmış. Doğan Turan, bu süreci de şöyle anlatıyor:

"Programın faydalı olacağını biliyorduk ama doğrusu bu kadarını biz de tahmin edememiştik. Programa kabul edildikten sonra Visa ekibinin farklı konularda büyük desteğini aldık. Bilgi paylaşımı ve mentörlük destekleri sayesinde adeta vizyonumuz değişti. Visa, pazarlama gücünü artırmamızı sağladı

Şirketimizi bir üst seviyeye taşıyan bir diğer destek de ödeme sistemimizi değiştirmek oldu. Ödeme sistemi merkezimizi yurtdışına taşıdık ve Visa Direct sayesinde artık dünyanın herhangi bir yerinden birkaç saniye içinde tahsilat alıp ödeme yapabiliyoruz. Bu da hem yaygınlık, hem hız hem de güvenilirlik getirdi. Programın bir diğer faydası ise şirketimizin giderek genişleyen network'ü ve repütasyonu oldu. Visa'nın desteğiyle 2019 yaz ve sonbaharında oldukça hızlı büyüdük. 2019 sonunda bir tur daha yatırım almak için yola çıktık. Arkamızda Visa olunca çok ciddi banka ve şirketlerle görüşüp daha yüksek tutarda bir yatırım alabildik. Değerlememizi 1 yıl öncesine göre 5 kat daha fazlaya satabildik."

ALIŞVERİŞTE ANINDA KOLAYLIK:

WORLD PAY ALIŞVERİŞ KREDİSİ!

World Pay Alışveriş Kredisi'ne başvurun, kredi kartı limitine dokunmadan anında taksitli alışveriş yapın. World Pay Alışveriş Kredisi World Mobil ve Yapı Kredi Mobil'de!

WORLD MOBİL YapıKredi

YapıKredi

HEMEN İNDİRİN!

YapıKredi WORLD

* Yasal uygulamalar gereğince maksimum vade; bilgisayarlarda ve tutarı 5.000 TL ve altındaki cep telefonlarında 12 ay, tabletlerde 6 ay, 5.000 TL üzerindeki cep telefonlarında 3 ay ile sınırlıdır. Diğer ürünlerde ise maksimum 36 ay vade uygulanmaktadır. Kredi başına kullanılabilecek Alışveriş Kredisi alt sınırı 500 TL, üst sınırı 50.000 TL'dir. İlk kredi kullanım kampanyası kapsamında 10.000 TL limit ve 6 ay vadeye kadar %0 faiz ile kredili ödeme yapabilirsiniz. Bankacılık düzenlemeleri gereği, 16 Eylül 2021 tarihi sonrasında açılan ihtiyaç kredilerinizin kalan anapara bakiyeleri toplamının 50.000 TL üzerinde ve 100.000 TL altında olması durumunda yeni açılacak kredinizin vadesi en fazla 24 ay olabilecektir. Anapara bakiye toplamının 100.000 TL üzerinde olması durumunda vadesi en fazla 12 ay olabilecektir. Detaylı bilgi için: yapikredi.com.tr

Birleşik Ödeme'nin online akıllı kasası PaySafe MNG Kargo ile yola çıktı

İlker Sözdinler

Kağan Gündüz

Dijital cüzdan, online/offline tahsilat ve kiosk, yurtiçi ve yurtdışı para transferi gibi ödemeler dünyasının birçok alanında faaliyet gösteren Birleşik Ödeme, 10'uncu yılında yepyeni bir çözümü daha müşterilerinin hizmetine sundu. Bu hizmet aslında "Nöbetçi Transfer" uygulamasının getirdiği sinerjinin bir devamı olarak görülebilir. Birleşik Ödeme CEO'su İlker Sözdinler'in "online akıllı kasa çözümü" olarak nitelendirdiği PaySafe'in ilk adımı teknolojik anlamda kendini sürekli yenileyen MNG Kargo ile atıldı.

Sektör için önemli bir adım olan bu işbirliğinin ayrıntılarını Birleşik Ödeme CEO'su İlker Sözdinler ve MNG Kargo CFO'su Kağan Gündüz ile konuştuk...

İlker Bey önce sizle başlayalım dilerseniz. PaySafe'i anlatabilir misiniz? Müşterilerinizin hangi ihtiyaçlarına çözüm sunuyorsunuz?

■ **İlker Sözdinler:** PaySafe aslında kiosk ile Nöbetçi Transfer'i birleştirdiğimiz bir ürün oldu. Bildiğiniz gibi Nöbetçi Transfer ile Birleşik Ödeme'nin anlaşmalı olduğu 18 bankayla yer ve saat sınırlaması olmadan para transferi yapabiliyorsunuz. Diğer çözümümüz de kiosklar. Buradaki esas amacımız iş ortaklarımızın şubelerindeki nakit paralarını dijitale dönüştürerek anında ilgili banka hesaplarına geçirmek ve paralarına 7/24, gün ve saat bağımsız ulaşmalarını sağlamak. Böylece iş ortaklarımız gün ve saat bağımsız, hafta içi EFT saati dışında, hafta sonu ve resmi tatillerde bile 7/24 her an paralarına ulaşıp değerlendirebiliyor.
Bu bağlamda PaySafe'i ilk olarak, bu tarz projeleri seven değerli MNG Kargo ile uygulamaya soktuk. Çünkü MNG Kargo ile ilişkimiz oldukça iyi, aynı dili konuşan iki ekip olarak bunun çok faydasını gördük, ilk denemelerimizi burada yaptık. Sonrasında da başta lojistik, perakende, akaryakıt olmak üzere farklı sektörlerden talepler aldık.

PaySafe'de sistem nasıl işliyor, kısaca söz edebilir misiniz?

■ **İlker Sözdinler:** Projemiz özelinde ihtiyaca göre bir akıllı online kasa üretiyoruz. Kasaya nakit para girdiği anda, iş ortağımızın daha önce belirttiği banka hesaplarına aktarıyoruz. MNG Kargo özelinde kasamızın üzerinde iki farklı düğmeyle belirlenen bedel hesaplarına basarak, ilgili nakdi gerek kargo bedeli gerekse mal bedeli olarak istenilen banka hesabına anında geçiyoruz. Kasaya para girince hangi hesaba yatıracağınızı seçiyorsunuz. Bu seçimi yaptığınız anda da gece gündüz fark etmeden para anında hesabınıza geçiyor. Daha sonra paranın toplanması, kasanın operasyonel maliyetleri, lojistiği gibi işlemlerin hepsini biz üstleniyoruz. Tabii bu işlemlerin hepsi sigortalı bir şekilde yapılıyor.

Yani kasanın üzerinde bir banka yazılımı var. Hangi banka ya da bankalarla işbirliği yapıyorsunuz?

■ **İlker Sözdinler:** Evet, tabii kasalarımızda banka yazılımları var. Bildiğiniz gibi Nöbetçi Transfer hizmetimiz 18 bankayla entegre bir şekilde çalışıyor. PaySafe'de de bu 18 banka üzerinden 7/24 anında parayı geçebiliyoruz. Artık MNG Kargo şubesindeki para anında bankada değerlendirebilir hale gelebiliyor. Normalde o paranın toplanması ya da gidip ATM'lere yatırılması gibi farklı sektörler için farklı çözümler olabiliyor.

Kağan Bey, siz bu hizmeti neden tercih ettiniz? İş süreçlerinize etkisi ne oldu?

■ **Kağan Gündüz:** Finansal sistemde sunulan klasik çözüm, tanımlanmış müşteri kodlarıyla birlikte şubelerin ATM'ler üzerinden transfer yapması şeklinde. Bu yöntemin eksikliklerini kapatmak üzere bir süredir arayış içindeydik. Biz tamamen bir operasyon şirketiyiz. Nakitle ilgili süreçleri bir yük olarak şubenin üzerinden mümkün olduğunca kaldırıp, çok limitli bir zamanı en verimli şekilde kullandırtmak istiyoruz. Şubelerimizdeki zamanımız normal perakendeden daha da limitli. Çünkü nakdi gün boyunca sahaya dağılmış kuryeler topluyor ve akşam 6 gibi birimlerimize dönüyorlar. Tabii toplanan nakde ek olarak

bir de kargoyla birlikte dönüyorlar. Kargoyla birlikte nakdi aynı anda sürece sokmak şube üzerinde operasyonel kalite açısından bir yük yaratıyor.
Diğer boyutu ise bahsettiğimiz klasik ATM kanalının yetersiz kaldığı alanlar. Öncelikle ATM'nin lokasyonuna bağlısınız. Birim müdürünüzün şubeden çıkıp akşam 8 gibi bir ATM bulup parayı yatırması gerekiyor. Kaldı ki yatırılsa bile anında hesabınıza geçen bir tutardan bahsetmiyoruz. Burada bir zaman maliyeti ortaya çıkıyor. İkincisi, bunu şube personelinden istemek de operasyonel açıdan zor; "nakdini yatır, gel kasanı kapat" diyoruz. Sonuç olarak hem paranın zaman ve faiz maliyeti var hem de biz ana işimiz olan operasyona yoğunlaşmak istiyoruz.

Bir araya gelmeniz nasıl oldu, şirketin yönetimini kolay ikna edebildiniz mi?

■ **Kağan Gündüz:** MNG Kargo bir girişim sermayesi şirketi. Ana amaç zaten verimliliği getirecek çözümleri bulmak ve uygulamak. Hem bu ürünle hem daha önce hayata geçirdiğimiz yeniliklerle bu hedefimize hizmet edecek adımlar attık. Özellikle şirketin finans bölümünün stabil olması gerekiyor. Devam eden teknoloji yatırımlarıyla hem iş süreçlerimizi daha verimli hale getiriyor hem de şirketin gelirlerini artıracak çözümlere odaklanıyoruz; fayda ve değer yaratmaya çalışıyoruz. O yüzden "bu da nereden çıktı" diyeceğimiz bir ürün değildi. Bugün proje aşamasında benzer birçok ürün var. Her zaman olduğu gibi bu alanda da sektörümüze öncülük ettik.

Sizce Türkiye'deki kargo şirketleri teknolojiyi yeterince kullanıyor mu?

■ **Kağan Gündüz:** Bugüne kadar çok kullanıldığını söyleyemeyiz ama hızlı değişen bir dünya var. Hızlı değişen dünya da aslında 2018'den itibaren e-ticaretin çok ciddi anlamda ağırlık kazanmasıyla başladı. Ondan önceki dönemde de e-ticaret vardı ama kargo şirketlerinin toplam portföyünde tuttuğu yer, dinamiklerini değiştirecek bir yapı oluşturmamış. Kargo şirketlerinin geleneksel müşterileri KOBİ'ler. KOBİ'lerden veya daha dağınık esnaftan

kargoların toplanıp, belirli aktarma merkezlerinden geçip dağıtılması yönünde gelişen bir operasyon var. Bugüne kadar çok inovasyon ihtiyacı da doğmamış bu açıdan. Dinamikleri değiştiren ve bugün kargo sektörünü de biraz göz önüne getiren konu aslında e-ticaret gelişimi. İşin içine e-ticaret girdikten sonra klasik kargoculukta pek çok konu değişiyor. Öncelikle dağıtım modelleri değişiyor. Çünkü daha önce tek lokasyondan çok daha fazla kargo alıp tek bir noktaya teslim ederken, şu an çoklu lokasyonlara teslimat yapıyoruz. Kargoculukta bir kargonun yolculuğunu üç aşamada inceleriz. Birincisi müşteriden alım, ikincisi aktarmalar arası ulaşım, üçüncüsü de alıcının adresine teslimat. Şu an son alıcıya teslimat (last mile) en kritik konu ve herkesin çözmeye çalışıp verimlilik getirmeye çalıştığı alan. Eskiden alıcıya teslimat bu kadar öne çıkan bir konu değildi. Çünkü tek bir noktaya çok fazla kargo bırakıyordunuz ve alıcılar ağırlıklı olarak ticari işletmelerdi. E-ticaretle ise her bir adrese bir kargo teslim ediliyor.

Hızlı bir büyümeden söz ettiniz. Şu anda kaç şubenizde PaySafe kullanıyorsunuz?

Kağan Gündüz: Halen 100'ün üzerinde şubemizde sistemi kullanıyoruz. Bu sayıyı hızla artırıyoruz. Personelimize zaman kazandırıp operasyona yoğunlaşmasını sağlayan bu projeyi özellikle ATM'lere uzak lokasyonlarda büyütmeyi planlıyoruz.

Kargo ofisleri genelde giriş katlarında olur, kasaların burada olması güvenli mi?

İlker Sözdinler: Risk yönetimi tamamen bizim üzerimizde. Sigortası, para toplaması, teknik desteği, yazılım desteği, hepsini biz sağlıyoruz. Şu ana kadar da bir sorun yaşamadık. Para toplama işini yapan birlikte çok sıkı bir entegrasyon sağladık. Parayı bizim personel toplamıyor. Söz konusu şirketle 7/24 monitör edilen (izlenen) bir sistem üzerinden entegre çalışıyoruz. Hangi kasada ne kadar para var, ne zaman toplanmalı, hepsini takip ediyor, doluluk oranına göre toplatıyoruz. Böylece operasyonel süreçleri maksimize ediyoruz.

Tabii bu arada MNG Kargo'nun ödeme sistemleri açısından daha önce Verifone ile yaptığı yenilikler de önemli. MNG Kargo bu anlamda da sektörüne liderlik yapıyor. Biz bu ürünü de MNG Kargo ile çıkarmaktan mutluyuz.

PaySafe nerede üretiliyor?

İlker Sözdinler: Tamamını Türkiye'de ürettiriyoruz. Para toplayıcısı Almanya'dan, yazıcısı (printer) İtalya'dan geliyor ama en son burada toparlanıyor. Kendi ekibimiz ve montaj yerimiz var.

Aslında projeyi daha önce de ele almış ama hem maliyet hem de fonksiyonelite açısından hayata geçirememiştik. Bu işi bankalarla ve şirketlerle konuşmaya başladığımızda piyasada benzer bazı standart ithal ürünler vardı. Birleşik Ödeme olarak üretim yapısı ve ihtiyaçlara şekillendirebilmesi özelliğiyle fark yarattığımızı düşünüyorum. Piyasada birçok akıllı kasa var ama PaySafe dışında banka entegrasyonuyla anında parayı hesaba geçebilen bir çözüm yok.

Bu şu an için bir pilot bir uygulama mı?

İlker Sözdinler: Evet, MNG Kargo'daki pilot bir uygulama. Ancak birçok alandan yoğun talep alıyoruz. Diğer kargo şirketlerini beklettik ama akaryakıt istasyonlarına koyduk birkaç tane. Oralarda da benzer problemler var. İstasyon içindeki market ödemeleri örneğin... Keza diğer perakende satış noktaları, fast food zincirleri gibi alanlardan da ciddi talep alıyoruz. Hatta denemelere de başladık. Nakit paranın döndüğü tüm sektörlerin ilgisini çektiğini söyleyebilirim.

Hala nakit o kadar çok dönüyor mu?

İlker Sözdinler: Tabii dönüyor. "Nakit ölüyor" deniyor ama gerçekte öyle değil. Aksine hem dünya genelinde hem de Türkiye'de nakit kullanımı artıyor.

Kağan Gündüz: Nakit özellikle küçük tutarlı alışverişlerde tercih ediliyor. Bakkalda, fast food restoranında 10-15 liraya bir şey aldığında çoğu kişi nakit ödemeyi tercih ediyor. MNG Kargo olarak gerek kartlı ödemeler gerekse nakit için geliştirdiğimiz pek çok ürün var. Daha önce Verifone ile içinde kendi kargo uygulamamızın olduğu POS cihazları geliştirmiştik. Halen de bu alanda 6 farklı bankayla çalışıyoruz. Doğrudan tahsilatına aracılık ettiğimiz gönderiler var. Gönderici adına ürün bedelini tahsil ettiğimizde, doğrudan kendi hesabına geçmesine imkan veren çoklu üye işyeri (multi-merchant) altyapısı kurduk. Ödeme sistemleri ve nakdin transferi bizim için çok önemli. Çünkü sadece MNG Kargo'nun kendi cirosundan bahsetmiyoruz. Gönderici adına yaptığınız tahsilatlar işin boyutunu büyütüyor. O yüzden nakit ve kartlı ödemelerin yönetimi bizim için büyük bir iş alanı. Bu alandaki pek çok yeniliği yakından takip ediyoruz. FinTek finans piyasasındaki payını hızla artırıyor bir alandaki girişimler pek çok yeni ürün sunuyor. Bugün pek çok şirketin gündeminde olan dijital cüzdan ile e-paranın kullanımına ilişkin bizim de çalışmalarımız var. Yine muhtemelen sektörde ilk bizim hayata geçireceğimiz bir proje olacak. Asıl faydayı bu ve benzer bütün ürün ve hizmetlerle sağlayacağımızı düşünüyoruz. Nitekim daha önceki projelerimizde de faydasını gördük.

İlker Sözdinler: Su ve doğalgaz abonelerinin Ankara'da sayaç dolumlarını gerçekleştirdiği Sumatik ve Gazmatik kiosklarımızı biliyorsunuz. Salgın döneminde hayata geçirdiğimiz "Evde Vezne" hizmetiyle de motorize ekipler kurarak bu su ve gaz dolumlarının evlerde gerçekleşmesini sağlamıştık. Burada da MNG Kargo ile anlaşmamız var. MNG Kargo personeli bizim POS'larımızla gaz ve su dolumlarını gerçekleştiriyor. Bu hizmet şu anda sadece Ankara'da veriliyor ama MNG Kargo ile birlikte yakında tüm Türkiye çapında yol alıyor olacağız.

Kağan Gündüz: Bir günde gittiğimiz kapı sayısı, yılın son çeyreği itibarıyla 600 binleri geçecek. Her gün bu kadar lokasyona ulaşmak, oraya sadece kargo bırakmaktan daha fazla potansiyeli de beraberinde getiriyor. Ödeme sistemlerimizdeki kargo uygulamamız oldukça esnek. Başka bir işyerine ait ödemeyi onun hesabına aktarabiliyor, örneğin bir biletin bedelini kapıda tahsil edebiliyoruz. Bir kez müşterinin kapısına gittiğimizde, artık onun çeşitli ihtiyaçlarına cevap verebilecek birçok ürünü bu teknolojilerle sunabiliyoruz. ⊖

HEDEFİ BÜYÜMEK OLANLARA DENİZBANK'TAN DEV HİZMET: **SERVİS MODELİ BANKACILIĞI!**

Banka olmadan müşterilerinize bankacılık servislerini sunmak ister misiniz?

NEOHUB Servis Modeli Bankacılığı ile e-ticaret ve finansal teknoloji alanlarında hizmet veren işletmenizin hizmet ağını genişletmek artık mümkün.

Detaylı bilgi için aşağıdaki QR kodu okutabilir, NEOHUB Servis Modeli Bankacılığı ekibi ile iletişime geçebilirsiniz.

NEOHUB

DenizBank

Ödeme deyince akla gelen çözüm olmak

Onur Alver

35 yıllık tecrübesiyle bilişim sektörünün en köklü şirketlerinden olan Verisoft, ödeme sistemleri alanında inovatif çözümler geliştirmek ve sektörün yazılım ihtiyaçlarını karşılamak üzere yaptığı çalışmalara yeni bir boyut kazandırdı. Bugüne kadar başta bankacılık olmak üzere; kamu, perakende, telekom ve akaryakıt sektörlerine finansal ödeme teknolojileri alanında yenilikçi ve uçtan uca ödeme sistemleri çözümleri sunmuş olan şirket, geçtiğimiz yıl İstanbul Altın Rafinerisi ile başladığı çalışma ile yetkili kuyumcular üzerinden vatandaşların tarihin en eski ödeme aracı olan altını güvenli bir şekilde bankadaki hesaplarına yatırmaları şeklinde yapılan işlemlere de teknolojik altyapı sağlayan şirket olarak Türk ödeme sistemleri tarihine geçti...

Geçtiğimiz günlerde İstanbul Altın Rafinerisi (İAR) tarafından gerçekleştirilen ve 3 konvansiyonel kamu bankası, 3 Kamu Katılım bankasının katılımı ile devam eden, Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından denetlenen yastık altındaki altınların ekonomiye kazandırılması amacıyla geliştirilen Kuyumcu Altın Değerleme Sistemi (KADSİS) ile ilgili detaylar basın ile paylaşıldı. Fikri mülkiyet hakları İAR tarafından alınan KADSİS'in teknik altyapısı Verisoft tarafından tasarlandı. Verisoft CEO'su Onur Alver, sistemin geliştirme aşamaları ve teknik altyapısı hakkında şu bilgilerdi verdi:

Ekonomiye kazandırılabilecek 5 bin ton yastıkaltı altın var

"Halihazırda ülkemizde 5 bin ton yastık altı altının sistemin dışında güvence olarak bekletildiği uzmanlarca ifade ediliyor. Çoğumuzun bildiği üzere bu varlığın ekonomiye kazandırılması amacıyla bankaların 'Altın Günleri' adı altında bir uygulaması mevcut. Bu uygulamada vatandaşla-

rın altınlarını banka şubelerine getirmesi, altın eksperi tarafından değerlenmeyi beklemesi, sonrasında hesaplanan değerin altın hesabına yatırılma işlemi gerçekleşiyor. İAR, KADSİS projesi ile bize geldiğinde, konunun taraflarının söz konusu yapıdan yola çıkılarak netleştiğini söyleyerek kuyumcular dahil akışın ve güvenli finansal işleme dönüşme bacağının tasarlanıp projenin şekillendirilmesi için çalışmalara başlamamızı istedi. Pandemi döneminde projenin önemi daha da arttı.

İstanbul Altın Rafinerisi CEO'su Ayşen Esen'in projenin duyurusunda yaptığı açıklamaya göre; belirlenen kriterlere uygun olan kuyumcular Altın Değerleme Noktası (ADN) olarak atanıyor. Halen 70 olan ADN sayısının 1000'leri bulması bekleniyor. Böylece KADSİS ile vatandaşlar, kendilerine en yakın anlaşmalı kuyumcuya giderek altınlarını güven içerisinde ekspertiz yaptırarak, anında banka hesabına 24 ayar karşılığını gram cinsinden yatırabiliyor olacak.

Sistemin bankaların mevcut altın toplama günlerinden temel 2 farkı bulunuyor. Bunlardan ilki, vatandaşlar banka şubesinin altın yatırma gününü beklemeden kendilerine en yakın anlaşmalı kuyumcuya istediği zaman giderek altınlarını banka hesabına yatırabiliyor. İkinci olarak da vatandaşlar banka hesabına yatırdığı altını dilediği zaman fiziki olarak, yani yine altın şeklinde çekebiliyor. Bunun için vatandaşın öncelikle bir kamu bankasında altın hesabının bulunması gerekiyor. Sonrasında vatandaş, kendisine en yakın ADN noktası olan kuyumcuya gidiyor. Bundan sonraki işlemlerin her aşamasında güvenlik amacıyla bankadan ve KADSİS sisteminden cep telefonuna onay kodları geliyor. İlk aşamada bir bilgilendirme formunun okunup imzalanmasının ardından cep telefonuna gelecek onay koduyla KADSİS'e giriş yapılıyor. Altını teslim ederken güvenlik amacıyla sistem tarafından tüm akış kamera kaydı altına alınıyor. Bu kamera kayıtları güvenli bir ortamda saklanıyor. ADN yetkilisiyle mutabık kalındıktan sonra bankadan vatandaşın cep telefonuna gelecek onay koduyla altınların banka hesabına transferi gerçekleştiriliyor. Son olarak sistemin üreteceği teslim tutanağı imzalanarak işlem sonlandırılıyor. Bu sayede güven içinde altınlar banka hesabına yatırılmış oluyor

Altyapıda API teknolojisini kullandık

Dünyada ilk ve tek olan bu sistem ile İstanbul Altın Rafinerisi'ni, bankaları ve kuyumcuları birbirine bağladık. Verisoft olarak tüm adımları 1 yıldan uzun sürede tek tek ilgili taraflar ile görüşerek planladık. Dışarıdan görünen yüzünde sadece müşteri, banka ve kuyumcu olan bu sistemde biz arka tarafta kontrol için Mernis bağlantısı gibi üçüncü partiler ile entegrasyon sağlayarak tüm akışların doğru, eş zamanlı ve güvenli şekilde gerçekleşmesini sağladık. KADSİS sistemi ileride farklı sistemler ile entegre olabilir öngörüsüyle altyapıda API teknolojisini kullandık. IAR personeline özel tüm operasyonların yönetimini sağlayacak altyapıyı geliştirdik.

Ayrıca her adımda, dahil olan tarafların SMS ile bilgilendirilerek güvenlik aşamalarını farkında olarak tamamlamasını mümkün hale getirdik. KADSİS'te en az iki kademeli onay mekanizması sonrasında kabul edilen altınların finansallaşması sağlanıyor. Bu nedenle KADSİS için de tüm ödeme altyapılarında olduğu gibi fraud senaryoları çalıştık ve sistemin çeşitli adımlarına ekledik. Ayrıca ıslak imzaların bulunduğu formların kağıtsız sistemde takip edilebilmesi yani dijital dönüşümünü yine bu sistem sayesinde mümkün hale getirdik.

Son yapılan çalışmalara göre ülkemiz GSYİH'nin % 40'ına denk gelen oranda bir yastıkaltı altın mevcut ve bu tutarın güvenli şekilde saklanması ve sahibine ve topluma fayda sağlayacak hale getirilebilmesi İAR'ın öncülüğünde hayata geçirilen bu proje ile mümkün hale geldi. Böyle bir zamanda böylesi büyük bir projenin altyapı sağlayıcısı olarak elimizden gelen katkıyı sağlayabildiğimiz için mutluyuz."

Hayatın gerektirdiği çözümleri tüm ekosistem için geliştiriyoruz

Ödeme teknolojileri öncüsü Mastercard'ın sunduğu yenilikçi çözümler alışveriş, seyahat, iş ve finans yönetimi gibi günlük ticari faaliyetlerin herkes için daha kolay, daha güvenli ve daha verimli olmasını sağlıyor. FinTek alanında faaliyet gösteren girişimlerden finansal kuruluşlara, ticari işletmelerden kent yönetimlerine farklı alanlarda sunduğu çözümlerin yanı sıra, iş ortaklıkları sayesinde global ekosistemde öne çıkan projelerin Türkiye'de geliştirilmesine de destek oluyor.

Zorlu Center'da otopark ödemeleri mobile taşındı

Zorlu Center, otopark ödeme işlemlerini mobil uygulamaya taşıyarak misafirlerine temassız ödeme kolaylığıyla hızlı geçiş imkanı sağlıyor. Zorlu World uygulamasına plaka ve kredi kartı bilgileri sadece bir kez kaydedilerek ödeme işlemleri kolayca yapılabiliyor. Mastercard'ın hızlı ve güvenilir altyapısı Masterpass sayesinde misafirler; alışveriş, yemek, toplantı, konser veya sinema sonrasında, otopark gişesinde ya da ödeme kiosklarında beklemeden veya sıraya girmeden, ödemelerini tek tıkla, hızlı ve güvenli bir şekilde tamamlayabiliyor. Salgının etkilerini hala hissettiğimiz bu dönemde bu online ödeme yöntemi, Zorlu Center misafirlerine temastan uzak güvenli bir çözüm sunuyor. Mastercard Türkiye ve Azerbaycan Genel Müdürü Yiğit Çağlayan "Nakitle savaşımızda, ödemelerin dijitalleştirilmesi ve temassızlaştırılması yönündeki çalışmalarımız hızla devam ediyor. Özellikle içinde bulunduğumuz COVID-19 salgın süreci, temassız teknolojilerin ve online ödeme yöntemlerinin önemini çok daha iyi anladığımız bir dönem oldu. Zorlu Center ile hayata geçirdiğimiz bu proje, otopark ödemelerinde hem kuyrukların hem de temasın azaltılması açısından büyük önem taşıyor. Yeni bir dönemin başlangıcı olarak gördüğümüz bu uygulamanın çok yakın zamanda daha yaygın bir şekilde kullanılmasına yönelik çalışmalarımız da hızla devam ediyor. Önümüzdeki günlerde şehir içi ulaşım ve park konusunda yeni ve farklı işbirliklerini duyurmaya devam edeceğiz" diyor.

Orwi ile bahşişler de temassız

Yeme içme sektöründe faaliyet gösteren kafe, restoran gibi işletmelerin dijitalleşmesine verdiği destekle, tüketicilerin garson arama, menü isteme, para üstü bekleme veya geri bildirimde bulunma süreçlerini kolaylaştıran mobil uygulama Orwi, Masterpass'in güvenli ve hızlı ödeme altyapısı sayesinde hızlı ve güvenli online ödeme imkanı sağlıyor. COVID-19'la beraber fiziksel mesafe ve hijyen kurallarının her zamankinden daha önemli hale geldiği bu dönemde, müşteriler Orwi uygulaması sayesinde gittikleri mekanın menüsüne fiziksel olarak dokunmadan uygulama içinden ulaşabiliyor, siparişini verip hesabı ödeyebiliyor. Hatta ödemesini Orwi ile yapan konuklar, bahşişleri de yine uygulama üzerinden verebiliyor.

Tüketicilere siparişlerini ve hesap ödemelerini zaman kısıtlaması olmadan, özgürce yapmalarına olanak veren Orwi, işyerlerine maliyet tasarrufu sağlarken, müşterilerini daha yakından tanıma ve özel kampanyalar oluşturma imkanı veriyor. Restoran işletmecileri, uygulama sayesinde müşterilerin yeme-içme alışkanlarını demografik bilgilere göre ölçümleyip, menüleri hedef kitleye daha uygun bir hale getirebiliyor. Orwi kullanıcıları, hesabı Mastercard'ın güvenli ödeme altyapısı Masterpass sayesinde hızlı ve güvenli bir şekilde ödüyor, geri bildirim uygulamasıyla restoran deneyimlerini de anlık olarak bildirebiliyor.

Şehirler akıllanıyor, toplu taşımada temassız ödemeler yaygınlaşıyor

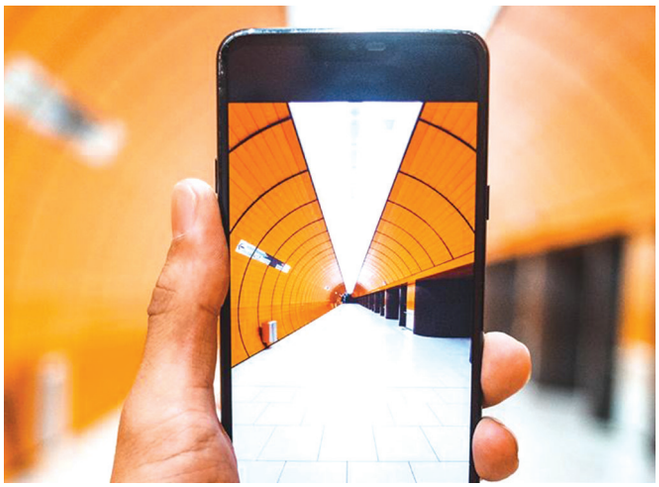
Londra, Şikago, Kiev, Bükreş gibi büyük şehirlerde toplu taşıma ödeme altyapısı sağlayan Mastercard, Türkiye'de de en son Düzce, Osmaniye ve Hatay'da toplu taşıma ödemelerine yönelik çözümlerini kullanıma açtı. Mastercard'ın temassız toplu taşıma ödeme sistemleri sayesinde, Düzce ve Osmaniye'de yaşayanlar veya bu kentleri ziyaret edenler cüzdanlarındaki temassız özellikli banka veya kredi kartlarını ve cep telefonlarını ödeme aracı olarak kullanabiliyor. Hatay'da ise Hatay Kart kullanıcıları, Masterpass altyapısı sayesinde mobil uygulama üzerinden kartlarına bakiye yükleyebiliyor. Düzce ve Osmaniye ile beraber Türkiye'de temassız kartlar veya cep telefonuyla toplu taşıma ödemelerinin yapılabildiği illerin sayısı 18'e ulaştı. Hatay dahil 13 ilde ise Mastercard'ın güvenli ve hızlı dijital ödeme sistemi Masterpass altyapısıyla kent veya ulaşım kartlarına bakiye yükleme işlemi yapılabiliyor. Böylece, Mastercard'ın akıllı şehirlere yönelik sunduğu temassız ödeme teknolojileri Türkiye'de 30'u aşkın ilde kullanılır hale geldi.

Toplu taşımaya yönelik temassız ödeme çözümleri kentlerin mevcut altyapı ve ihtiyaçlarına göre değişiklik gösterebiliyor. Kimi illerde ödemeler doğrudan temassız banka veya kredi kartı ya da cep telefonu ile yapılırken, kimi illerde de Masterpass aracılığıyla kent veya ulaşım kartlarının bakiyelerinin yüklenmesine yönelik hızlı güvenli ödeme altyapısı sağlanıyor.

"Amacımız, nakitsiz toplum ve akıllı şehirler"

Mastercard Türkiye ve Azerbaycan Genel Müdürü Yiğit Çağlayan, "Mastercard olarak yenilikçi, güvenli ödeme teknolojilerinin Türkiye'de yaygınlaşması, vatandaşlarımızın dünyadaki büyük şehirlerle eşzamanlı olarak inovatif ürünleri deneyimlemesi için çalışıyoruz. Nakitsiz toplum hedefiyle çalışırken yenilikçi teknolojilerle insanlara daha pratik, daha akıllı, daha güvenli çözümler sunuyoruz. Hedefimiz, temassız uygulamasını, dünyanın farklı akıllı şehirlerinde olduğu gibi, taksilere, otoparklara, otoban gişelerine, hatta müzelere kadar yaygınlaştırmak" diyor.

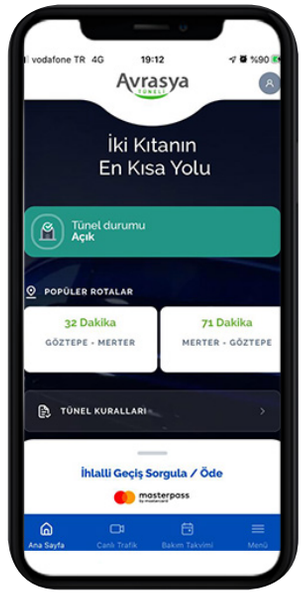
Toplu taşıma araçlarının yanı sıra otopark, müze girişi gibi diğer kamu alanlarında da kullanımı yaygınlaşan bu yenilikçi ödeme sistemi, devletlerin ve yerel idarelerin de tek bir sisteme yatırım yaparak daha verimli bir şekilde çalışmasına ve tasarruf



etmesine olanak sağlıyor. Kayıt dışı ekonominin küçültülmesi ve vergi kaybının engellenmesi gibi pek çok alanda daha avantaj sunan uygulamayla kullanıcılar, yoğun şehir yaşantısı içinde ulaşım kartlarına dolum yapmak için vakit harcamıyor, kayıp ya da çalıntı durumunda para kaybetme riski de yaşamıyor.

Avrasya Tüneli ödemeleri Masterpass ile otomatik yapılabiliyor

Ödeme teknolojileri lideri Mastercard, akıllı şehirlere yönelik temassız ve hızlı ödeme uygulamalarına bir yenisini daha ekledi. İstanbul'un trafik yoğunluğunun en yüksek olduğu Kumkapı ve Koşuyolu arasını 5 dakikaya indirerek hayatı kolaylaştıran Avrasya Tüneli, Masterpass altyapısıyla yenilenen uygulamasıyla geçiş ödemelerinin hızlı ve otomatik olarak yapılmasına imkan veriyor. Geçiş ardından otomatik ödeme talimatından ödeme alınması uygulaması, Türkiye'de bir ilk olma özelliğini taşıyor. Türkiye'de ilk defa hayata geçen sistem sayesinde OGS/HGS'de yeterli bakiyesi olmayan ya da OGS/HGS kullanmayan sürücüler de geçişlerini ihlale düşmeden otomatik olarak ödeyebiliyor ve hep güvende kalıyor. Temassız toplu taşıma ödemeleri, yakıt ve otopark ödemeleri gibi kent hayatına değer katan çözümler üreten Mastercard ile tünel ödemesini kayıtlı plaka üzerinden otomatik olarak yapabilmek için iOS ya da Android cihazlara Avrasya Tüneli uygulamasını indirmek gerekiyor. Plaka tanımlamasının ardından, kullanıcılar Masterpass'e kayıtlı kartlarından dilediklerini sisteme tanımlayabiliyor. Eğer daha önce kayıt olunmadıysa, sadece ilk sefere mahsus olmak üzere Masterpass'e kart kaydı yapılarak ödeme talimatı verilebiliyor. Kayıt işleminin tamamlanmasının ardından, tünel geçişlerine ilişkin ödemeler uygulama üzerinden otomatik olarak yapılırken, kullanıcılar Masterpass altyapısını kullanan 3 bini aşkın işyerinde de hızlı ve güvenli bir şekilde alışveriş yapabiliyor.



Masterpass B2B çözümleriyle kurumlarda verimlilik artıyor

Mastercard'ın dijital ödeme platformu Masterpass sayesinde online kadar fiziksel işlemlerin ödemeleri de dijital ortama taşınıyor. Bugün Türkiye'de 3 bini aşkın işyerinde geçerli olan hızlı ve güvenli ödeme platformu Masterpass, bireysel ödemelerin yanı sıra B2B çözümlerle kurumlararası ödemelerin de daha hızlı ve güvenli bir şekilde yapılmasına imkan veriyor. Bayilerin ödeme takibini kolaylaştıran bu sistemde, örneğin mahalle bakkalı tarafından verilen sipariş satış temsilcisi tarafından teslim edildikten sonra, ödeme mobil bir uygulama üzerinden Masterpass'e kayıtlı kredi kartı ile tamamlanıyor. Böylece distribütöre yapılacak ödeme hızlı ve güvenli bir şekilde tamamlanırken, saha personeli de zamandan tasarruf ederek daha verimli bir şekilde çalışabiliyor. B2B çözümleri ile nakit ödemelerdeki eleman, güvenlik, vakit gibi maliyet ve risklerin yanı sıra POS cihazı zorunluluğunu da ortadan kaldıran Masterpass, maliyetleri azaltırken işlemlerde esneklik sağlıyor. Türkiye'de Unilever ile başlayan, L'Oreal ve Opet gibi sektör devleriyle devam eden Masterpass'in B2B ödemelere entegrasyonu sürecine son olarak 1700'den fazla firmanın bayi ve müşteri ödemelerinin altyapı sağlayıcısı Netahsilat da katıldı.

YEREL EKONOMİYİ DESTEKLEYEREK, BİREYSEL İHTİYAÇLARI KARŞILAMAK

Mastercard Türkiye, ihtiyaç sahipleriyle ihtiyacı karşılamak isteyenleri online bir platformda buluşturan İhtiyaç Haritası ile bir araya geliyor. Proje kapsamında, yerel ihtiyaçların yerel işletmelerden karşılanmasına imkan sunarak yerel ekonomiye katkı sağlanması hedefleniyor.
Proje, Kovid-19 döneminde ortaya çıkan temel ihtiyaç malzemelerinin yine İhtiyaç Haritası tarafından kurulan platform aracılığıyla yerel işletmeler ve esnaflar tarafından karşılanması esasına dayanacak. Yerel üreticilerin dijitalleşmesi ve e-ticaretin gelişmesine de hizmet edecek projenin teknik altyapısı için çalışmalar aralık ayına kadar tamamlanacak. Böylece yerel işletmeler yeni bir iş modeliyle tanışacak.
Mastercard ve İhtiyaç Haritası'nın bir araya gelerek başlattığı bu proje 20 şehri kapsayacak. 10 illik iki fazdan oluşacak proje, 2020 yılı içinde hayata geçiyor olacak.

Mastercard Impact Fund

Dünya üzerindeki gelir ve bilgi eşitsizliğini azaltarak ekonomik eşitliği sağlamak, dünya çapında adil, sürdürülebilir bir ekonomiyi ve finansal katılımı desteklemek amacıyla kurulan Mastercard Impact Fund, birçok ülkede benzer ilkelerle hareket eden programları destekliyor. Mastercard Impact Fund, İhtiyaç Haritası ile ilk kez Türkiye'den bir sosyal kooperatifi desteklemiş oluyor.

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

Google play | App Store

Şekerbank

sekerbank.com.tr | 0850 222 78 78

TEB MÜŞTERİLERİNİ BAMBAŞKA BİR DENEYİM BEKLİYOR

Gökhan Mendi

TEB, başta dijital kimlik olmak üzere para transferi, ödemeler, akıllı sözleşmeler gibi konularda blokzincir (blockchain) tabanlı çözümler geliştiriyor. TEB Bireysel ve Özel Bankacılık Kıdemli Genel Müdür Yardımcısı Gökhan Mendi, "Çok yakında kredi ve mevduat gibi bankacılığın en temel ürünlerinde bile müşterilerimizin karşısına bambaşka bir deneyimle çıkacağız" diyor...

Türkiye finans sektöründe dijital uygulamalarıyla öne çıkan, hatta bazı uygulamaları ilk olarak hizmete sunan Türk Ekonomi Bankası (TEB), geleceğin teknolojilerinden daha fazla yararlanmanın yollarını arıyor. Hizmetlerinin neredeyse yüzde 90'dan fazlasını mobil kanallar üzerinden veren banka, bugünlerde özellikle açık bankacılığın yaratacağı fırsatlara odaklanmış durumda. Yaklaşık 2 yıl önce API'lerini FinTek ve startup'lara açtıklarını hatırlatan Bireysel ve Özel Bankacılık Kıdemli Genel Müdür Yardımcısı Gökhan Mendi ile TEB'in dijital yolculuğu ve yeni projelerini konuştuk...

TEB'in dijital yolculuğunun başlangıcı ve gelişimi hakkında bilgi verebilir misiniz? İlk hangi uygulamayla başladınız, hangi kilometre taşlarını döşeyerek bugünlere geldiniz?

Türk Ekonomi Bankası olarak dijital bankacılık kanallarımızı 2000'li yılların başında hayata geçirerek, bu alana yatırım yapan ilk bankalar arasında yerimizi aldık. Gelişen teknolojiyi yakından takip ediyor, müşterilerimizin ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda her geçen gün kendimizi yenileyerek dijital bankacılık kanallarımızı geliştiriyoruz. Dijital bankacılık hizmetlerimizi CEPTETEB markası altında birleştirdiğimiz 2015 yılından bu yana müşterilerimizin hayatını kolaylaştırmaya odaklanıyoruz.

Dijital bankacılık platformumuz CEPTETEB ile müşterilerimize kusursuz bir deneyim sunmak için süreçlerimizi minimum efor yaratacak şekilde tasarlıyoruz. Müşterilerimizin CEPTETEB'li olma başvurularını takiben dilediği yerde dilediği zaman ziyaret ederek hesap açılışını gerçekleştiriyor, dijital kanallarımız üzerinden hızlı ve kolay bir şekilde bankacılık işlemlerini yapabilmeleri için sürekli altyapımızı geliştiriyor, finansal ihtiyaçlarına yönelik zengin mobil bildirimlerle anlık olarak temas kuruyoruz.

Finans Koçu, CEPTETEB Cüzdan ayrıcalıkları, QR kodla temassız para çekme, para yatırma, ödeme yapma ve çizerek PIN girme gibi birçok yenilikçi bankacılık işlemini müşterilerimizin kullanımına sunduk. CEPTETEB ile hayata geçirdiğimiz bu başarılı uygulamaların ardından, 2020 yılının başında TEB KOBİ Bankacılığı ekibimizin liderliğinde CEPTETEB İŞTE mobil uygulamamızı kanallarımız arasına ekledik. Ticari müşterilerimizin ihtiyaç ve beklentilerini dikkate alarak geliştirdiğimiz CEPTETEB İŞTE ile KOBİ'lerin yanı sıra tüm ticari firmaların özelleşen ihtiyaçlarına göre günlük bankacılık işlemlerini dijitalleştirmeyi hedefliyoruz. Uygulamayla ticari müşterilerimiz transfer, vergi, kurum ödemeleri gibi günlük bankacılık işlemlerini; çek, senet, kredi ve üye işyeri fonksiyonları gibi nakit yönetimi işlemlerini ve döviz, altın, vadeli hesap gibi yatırım işlemlerini şubeye uğramadan kolayca yapabiliyor.

Bu yolculukta TEB'in yanı sıra Türkiye finans sisteminin ulaştığı seviye için değerlendirmenizi alabilir miyiz?

Web kanalıyla başlayan dijital bankacılık hizmeti yolculuğumuz, akıllı telefon kullanımının da artmasıyla birlikte yerini ve önceliğini mobil bankacılığa bıraktı. Müşterilerimizin CEPTETEB mobil uygulamasıyla bankacılık işlemlerini hızlı ve kolay bir şekilde yapmanın yanında, diledikleri zaman uygulama içerisinden e-devlet'e girebilmelerine ve birçok işlemi yapmalarına olanak tanıyoruz. CEPTETEB Cüzdan ile Ankara Esenboğa, İzmir Adnan Menderes, Bodrum Milas, Sabiha Gökçen ve İstanbul olmak üzere beş havalimanında hızlı geçiş hakkı gibi pratik çözümler sunuyoruz. 2019'da yaklaşık 58 bin müşterimiz, 140 bin defa hızlı geçiş özelliğinden CEPTETEB ile ücretsiz faydalandı.

Türkiye'nin teknolojiye adaptasyonun çok yüksek olduğunu ve 2020 yılında tüm dünyayı etkisine alan salgın sürecinin dijitalleşmeyi daha da hızlandırdığını söyleyebilirim. Türkiye Bankalar Birliği'nin eylül ayında yayınlanan son raporuna baktığımızda, Nisan-Haziran 2020 döneminde bireysel ve kurumsal olarak aktif dijital bankacılık müşteri sayısının 62 milyona yaklaştığını görüyoruz. Bunu Ocak-Mart 2020 dönemi raporuyla kıyasladığımızda yaklaşık 5 milyon kişilik artış görüyoruz. Yine aynı rapora göre, 2020 yılında bu sayının 4 milyonu "sadece internet bankacılığı" işlemi yaparken, 48 milyonu "sadece mobil bankacılık" işlemi yapmış. Hem internet hem mobil bankacılık işlemi yapan kullanıcı sayısı ise 9 milyon 672 bin. Tüm bu veriler ve artış oranları, ülkemiz bankacılık sisteminin dijitalleşmede ne kadar önemli bir yol kat ettiğinin önemli bir göstergesi.

MOBİL BANKACILIĞI KULLANAN MÜŞTERİ SAYISI 2 MİLYONU GEÇTİ

TEB'in dijital bankacılık uygulamalarının tüm kanallar arasındaki kullanım oranı nedir? Kullanıcı sayısı ve müşteri profili hakkında bilgi verebilir misiniz?

2015'te hayata geçirdiğimiz dijital bankacılık platformumuz CEPTETEB'in müşteri sayısı 1.2 milyonu geçti. Mobil bankacılık kanalını kullanan müşterilerimizin sayısı ise 2 milyona yaklaştı. Dijitale yaptığımız yatırımlarla birlikte düzenli olarak online bankacılık kullanan müşterilerimizin oranı yüzde 65'i buldu. Bu oran CEPTETEB müşterilerimizde yüzde 90'a yükseliyor. Yaş olarak istatistiki bilgi paylaşmak gerekirse, özellikle 18-34 yaş arası müşterilerin dijital kanalları daha fazla kullandığını söyleyebilirim.

Öte yandan, müşterilerimiz bankamızdan kullandıkları her dört krediden üçünün onayını dijital kanallardan vererek zamandan tasarruf ediyor. Bankamızın bireysel müşterilerinin kullandığı her iki krediden biri ise başvuru aşamasından onay sürecine kadar tamamen dijital kanallar aracılığıyla sağlanıyor.

TEB'in blokzincir, kripto paralar, nesnelerin interneti, yapay zeka ve chatbot gibi yeni teknoloji ve alanlara bakışı hakkında bilgi verebilir misiniz? Bu alanlarda yürüttüğünüz çalışmalar var mı?

Dijital dünyada yenilikler bitmiyor. Bankacılık da bu ye-

nilikleri en hızlı şekilde uygulayan sektörlerden biri. Tamamen tüketici faydasına olan bu yenilikleri sürekli takip ediyor ve özellikle finansal teknolojileri ürün ya da hizmet olarak nasıl sunabiliriz bunu araştırıyoruz. CEPTETEB'in en çok kullanılan hizmetlerinden Finans Koçu'nu mobil uygulamamızda da hizmete açıp müşterilerimizin bütçelerini mobil ortamda yönetme ve analiz yapmasını sağladık. "Benim Gibiler" alanıyla kullanıcılar harcama ve gelir detaylarını kendilerine benzer diğer kişilerle karşılaştırabiliyor, analiz bölümünden farklı tarihlerdeki gelir ve gider hesaplarını detaylı olarak kontrol edebiliyor, grafik seçeneklerinden harcama ve gelir detayların işlem bazın gözlemleyebiliyor.

TEB FX ile de kullanıcılar döviz işlemlerini anlık yapabilmenin yanı sıra piyasayı anlık takip ederek özel rekabetçi döviz kurlarıyla kolayca döviz alıp satabiliyor. Bu platformda yakın dönemde müşterilerimizin 5/24 canlı kurlar üzerinden işlem yapmasına imkan sağlayacak özellikleri getireceğiz.

Başta dijital kimlik olmak üzere para transferi, ödemeler ve akıllı sözleşmeler gibi kullanım alanlarında blokzincir tabanlı çözümler geliştirmek için çalışıyoruz. Kısa bir süre sonra, kredi ve mevduat gibi bankacılığın en temel ürünlerinde bile müşterilerimizin karşısına bambaşka bir deneyimle çıkacağız.

Türk finans sektörünün gündeminde "açık bankacılık" var. TEB'in bu konuda yaptığı çalışmaları bizimle paylaşır mısınız?

Bu yeni dönemde finansal ürün ve hizmetler sadece bankalar değil FinTek'ler üzerinden de müşterilerle buluşacak. Aynı şekilde bankalar da finansal olmayan ürün ve hizmetlerin müşterilere sunulmasında bir platform olabilecek. Avrupa Birliği ve İngiltere'de aşama aşama yürürlüğe giren PSD2 ve açık bankacılık yasal düzenlemeleri (regülasyonlar), bankaların müşterilerine ait verileri ve sunmuş oldukları servisleri yine müşterilerin bilgisi ve onayıyla güvenilir üçüncü partilerle paylaşma olanağı veriyor. Bu düzenlemenin asıl amacı rekabeti artırmak ve müşterilerin daha inovatif ürün, servis ve çözümlere ulaşmalarını mümkün kılmak. Bu da beraberinde FinTek ekosisteminin hızla gelişmesine zemin oluşturuyor. Bankaların güvenli, esnek ve verimli bir şekilde servislerini dış dünyaya açmasının yolu ise API teknolojisinden geçiyor.

Türkiye'de de 6493 sayılı kanun üzerinden benzer yasal düzenlemeler, değişiklikler yapılmaya başladı. Bankacılık sektörümüz bu konuda hazırlıklarını sürdürüyor. Biz de TEB olarak 2 yıl önce API programımızı başlattık. Bu sayede FinTek partnerlerimizle birlikte müşterilerimize daha iyi deneyim yaşatacak olan uygulamaları, ürünleri ve servisleri sunabileceğiz. Bu dönüşüm projelerinin önemli bir kısmında startup partnerlerimiz yer alıyor. Az önce bahsettiğim uzaktan müşteri edinimi, biyometrik dijital imza, video bankacılığı ve kişiselleştirilmiş ürün ve servisler, üzerinde çalıştığımız en sıcak konular.

19 MİLYON KİŞİYE FİNANSAL OKURYAZARLIK EĞİTİMİ VERİLDİ

TEB, 2012 yılında "Ekonomi ailede başlar" diyerek başlattığı TEB Aile Akademisi aracılığıyla toplumun tasarruf alışkanlığının yaygınlaşması ve tabana yayılması, finansal okuryazar bir nesil yetiştirilmesi için çalışmalar yürütüyor. TEB müşterisi olsun olmasın herkese açık ve ücretsiz olan TEB Aile Akademisi eğitimlerinde katılımcılara tasarruf, bütçe yönetimi, kredi ve kartların doğru kullanımı, yatırımların değerlendirilmesi ana başlıkları altında temel finansal okuryazarlık konularında bilgi veriliyor. Toplumun farklı kesimlerine ulaşmak için genel içeriğin yanı sıra çocuklar, gençler, kadınlar ve emekliler için de özel içerikler de bulunuyor.

TEB, bu projeyle kamu kurumları, belediyeler, eğitim kurumları ve özel sektör çalışanlarından başlayarak, Milli Eğitim Bakanlığı ve UNICEF gibi kurumlarla işbirliği içinde verdiği eğitimlerle şimdiye kadar yaklaşık 19 milyon kişinin finansal okuryazar olmasını sağlamış. Gerek yeni neslin finansal teknolojilere merakını gözeterek gerekse çağın gerekliliklerine uygun olarak üniversite öğrencilerine yönelik de 'Dijital Finansal Okuryazarlık' eğitimleri başlatılmış. Blokzincir, FinTek, kodlama ve dijital dönüşüm gibi konuların anlatıldığı bu eğitimlere fiziki ortamda 6 bin 500, online ortamda ise 250 binden fazla üniversite öğrencisi katılmış.

Gökhan Mendi, "Gerek sınıf içi finansal okuryazarlık eğitimlerimizle gerekse üniversitelerde düzenlediğimiz dijital finansal okuryazarlık eğitimleriyle toplumun her kesiminin finansal okuryazar olmasına katkıda bulunuyoruz. Finansal bilinci yüksek bir Türkiye için toplumun finansal okuryazarlık seviyesini tespit etmek ve düzenli olarak bu seviyeyi ölçmek gerekiyor. Bu doğrultuda Boğaziçi Üniversitesi işbirliğiyle her yıl Finansal Okuryazarlık ve Erişim Endeksi hazırlıyoruz" diyor.

Meydan okuyan bankalar

DR. SONER CANKO

500 yılı aşkın geçmişe sahip bankacılık sektörü, özellikle son 10 yıldır yeni iş modelleri ve yeni oyuncularla farklı bir yöne doğru evriliyor. Bu değişimin en somut yansıması olarak da dünyanın birçok bölgesinde yeni nesil bankacılık furyasının hız kazandığını görüyoruz...

1472 yılında İtalya Siena'da kurulan ve bugün hala varlığını sürdüren Banca Monte dei Paschi di Siena, dünyanın en eski bankasıdır. Bir bankanın serüveninin yeniçağdan bilgi çağına uzanması onun doğru zamanda doğru adımları attığının yani kendine, çağa ve teknolojideki yeniliklere meydan okuduğunun en somut göstergesidir.

500 yıldan fazla süredir devam etmekte olan bankacılık sistemi son 10 yılda önemli değişimler yaşıyor. Bu değişimin en somut yansıması olarak son yıllarda dünyanın birçok bölgesinde yeni nesil bankacılık furyasının hız kazandığını görüyoruz. Ülkeden ülkeye farklılaşabilse de genelleme yapacak olursak yeni nesil bankaların bu kadar popüler olmasının altında yatan sebepleri aşağıdaki üç başlıkta toplayabiliriz:

1. Bankalara duyulan güvenin azalması
2. Dijitalleşmeyle şubesiz bankacılığın yükselişi ve kullanıcı beklentilerinin değişmesi
3. Düzenleyicilerin sektörde rekabeti artırmaya yönelik eylemleri

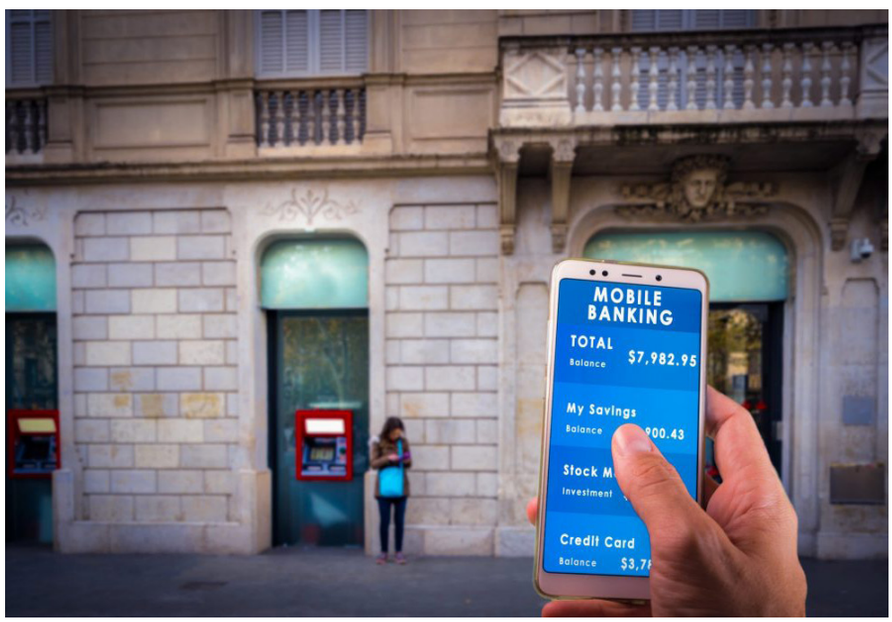
Ücret ve birikim faizlerindeki agrasif rekabet...

Geleneksel bankalara azalan güveni, müşterilerin beklentilerine yanıt verecek ürün ve hizmetler geliştirerek lehine çevirmek isteyen yeni nesil bankaların ilk odaklandığı noktalarından biri ücretler oluyor. İzlenen yol ise ilgili hizmetler için bu ücretleri almamaktan ya da geleneksel bankalardan daha düşük ücretlendirmeler yapmaktan geçiyor. Mevduat hesaplarına verilen faizlerde de yeni nesil bankaların oldukça agresif olduğunu görüyoruz. Bu cümlede "agresif" kelimesini gelişigüzel kullanmadım. Avrupa'nın en büyük 10 bankası ile yeni nesil bankaların birikim hesaplarına verdiği faiz oranları kıyaslandığında yeni nesil bankaların müşterilerine yaklaşık 5 kat yüksek gelir imkânı sunduğu görülüyor. Bu uygulamalar doğal olarak banka değiştirmeye sıcak bakan, bankasıyla sorun yaşayan kişilere cazip geliyor. Bu adımlar doğrultusunda bireysel ve kurumsal müşteri sayısını artırma imkânına sahip olan yeni oyuncular, yatırımcılardan da ilgi görüyor.

Dijital ve finansal okuryazarlık düzeyi önemli bir bariyer

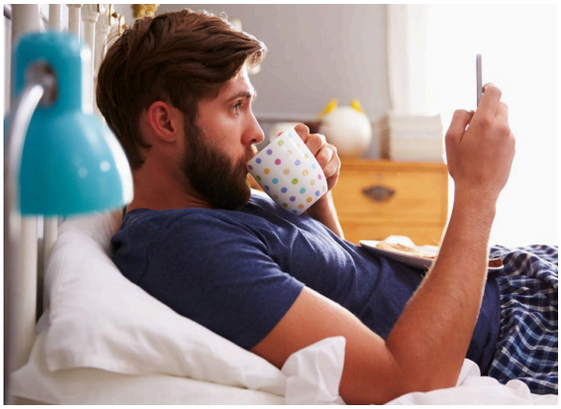
Yeni nesil bankaların doğru yaptığı şeyleri konuşmaya devam edelim. Ceplerimizde taşıdığımız telefonlar, bundan 10 yıl öncesinin en iyi bilgisayarından daha yetenekli cihazlar ve bu gelişme döngüsü devam ediyor. Dijitalleşmenin hızına birçok kurum yetişemezken yeni nesil bankalar; veri analitiği, yapay zekâ gibi teknolojileri ürün ve hizmetlerinde başarılı şekilde kullanıyor ve müşterilerine başarılı bir mobil deneyim yaşatıyor.

Tabii dijitalleşmenin hızına ayak uydurmakta zorlanan sadece geleneksel kurumlar değil. Bu bankaların hedeflediği müşteriler olan bireyler ve küçük işletmeler de tekno-



lojiye uyum sağlamakta zorlanabiliyor. Özellikle gelişen ülkelerde akıllı telefon sahipliği giderek yükselse de dijital ve finansal okuryazarlık düzeyleri, gelişmiş ülkelerin gerisinde kalmış durumda. Bu durum, sadece dijital kanallar üzerinden hizmet sunan yeni nesil bankaların dikkatli olması gereken bir başka konu olarak önümüzde duruyor.

Bill Gates "Dünyanın bankalara değil bankacılığa ihtiyacı var" sözüyle dönemin bankalarına bir eleştiri yapmış olsa da bu eleştiriden çıkan stratejik mesaj tüm taraflarca alınmış görünüyor. Artık sadece son 10 yılda kurulan dijital bankalar değil geleneksel bankalar, teknoloji devleri, perakendeciler gibi yeni oyuncular da meydan okuyan bankacılık işine kafa yoruyor. Kendilerine çizilen sınırların ötesindeki fırsatları araştıran geleneksel bankalar ve yeni oyuncular, yeni nesil bankaların açtığı yolda ilerlemenin yollarını ararken bankacılıkla teknoloji arasındaki bağı da kuvvetlendiriyor.

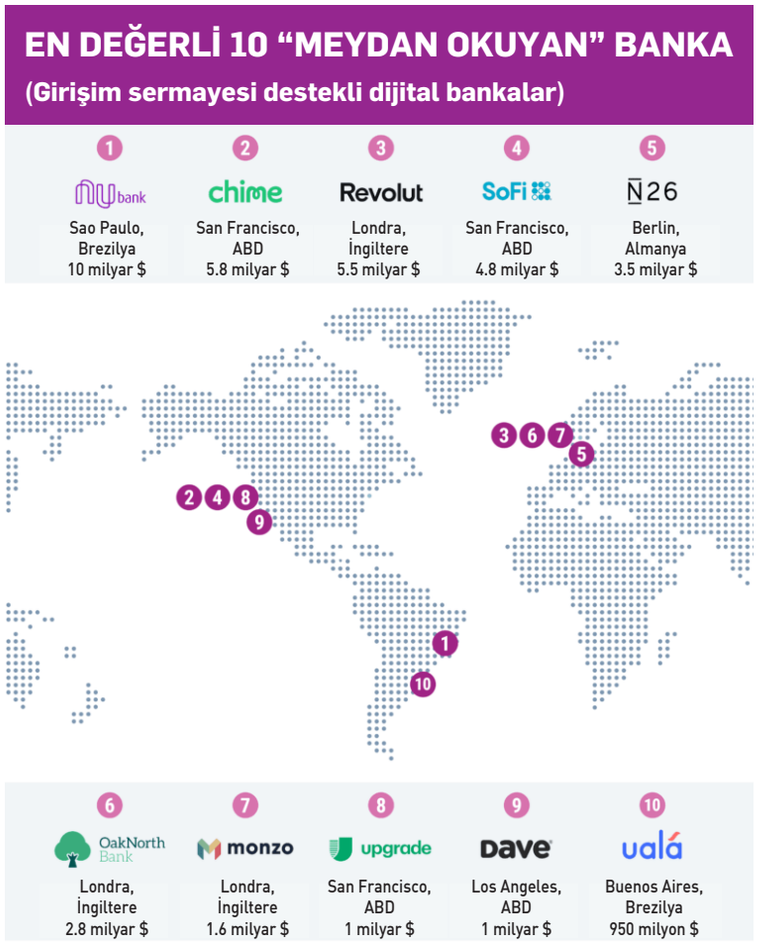


Geleneksel bankalar doğru adımlar atmalı

Geleneksel bankaların yarışta geri kalmamak için bankacılıkta ortaya çıkan bu yeni tabloya uyum sağlaması, müşterilerin kendilerine duyduğu güveni artırmak için onlara kulak vermesi ve beklentiler doğrultusunda adımlar atması gerekiyor. Yeni nesil bankaların hayatımıza girmesiyle bankalar yeni rakiplerle yüzleşirken kendi bünyelerinde uygulayabilecekleri yeni iş modellerini de keşfediyor. Dünyada ve ülkemizde bazı bankalar, tıpkı yeni nesil bankalar gibi dijital kanallar üzerinden, teknolojinin gücünü arkasına alarak hizmet vermeyi gündemine aldı. Bu girişimlerin büyük kısmı, banka bünyesinde ve bankanın lisansı kullanılacak şekilde hayata geçiriliyor. Alınan riskin ve yatırım ihtiyacının düşük olduğu bu yöntem, mevcut dijital bankacılık kanallarına bir alternatif yaratıyor.

Kendi dijital bankacılık çözümlerini hayata geçirenlerin yanı sıra girişimlerle ve FinTek'lerle işbirlikleri kurarak hayatın birçok alanında müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamaya çalışan bankalar da var. Bazı köklü bankaların yeni nesil bankalara yatırım yaptığına dair haberler okuyoruz. Düşünce tarzında radikal bir değişiklik gerektiren bu yaklaşımı uygulayan bankaların ekosistem yaratmanın önemini kavradığı ve doğru adım attıkları söylenebilir.

Öte yandan, lisans sahibi olmayan yeni nesil bankaların bankacılık hizmeti sunmak için lisansı olan bankalarla işbirliği yapması gerekiyor. Bu da bankacılığın köklü oyuncuları için yeni fırsatlar yaratıyor.



Özetle, bankacılık, yeni iş modelleri ve yeni oyuncularla farklı bir yöne doğru evriliyor ve bu değişimin odağında müşteri var.

Değişen müşteri beklentilerini adreslemeye çalışan geleneksel bankalar, dijital bankalar, yeni nesil (neo) bankalar, FinTek'ler var.

Ama hepsinden önemlisi bu değişimi gözlemleyen, anlayan ve buna göre kendini yenileyen, kısaca "meydan okuyan bankalara" ihtiyacımız var...

UZAKTAN MÜŞTERİ EDİNME YARIŞI BAŞLADI!

Digital onboarding, Türkçesiyle "dijital/uzaktan müşteri edinimi" kavramı, son dönemde başta finansal hizmetler olmak üzere birçok sektörün ajandasında ilk sıralara yükselmiş durumda. Aslında konu yeni değil... Hatta bu alanda Almanya'dan Suudi Arabistan'a, Kanada'dan Birleşik Arap Emirlikleri'ne birçok ülkede hükümetler öncülüğünde merkezi servisler sağlanıyor. Türkiye ise özellikle dijital bankacılık hizmetleri ve ödeme sistemlerindeki dünya çapında öncü uygulamalar geliştirmesine rağmen bu alanda biraz geride kalmış görünüyor. Hal böyle olunca da Türkiye'de ya da yurtdışında Türk girişimciler tarafından kurulmuş birçok şirketin bu alandaki ürün ve hizmetlerini daha ziyade küresel pazarlara sunmaya çabaladığını görüyoruz.

Regülasyonlar konusunda ümit verici gelişmelerse önce "açık bankacılık", ardından da banka ve kredi kartlarıyla ilgili çıkarılan kanun ve yönetmelikler, son olarak da eylül sonunda BDDK'nın uzaktan müşteri edinimine yönelik yayınladığı tebliğ taslağı oldu. Peki nedir bu digital onboarding? Başta bankacılık olmak üzere hangi sektörleri nasıl etkileyecek? Şubeye gitmeden, evden bile çıkmadan nasıl müşteri olabileceğiz? Bu sistemin teknolojik altyapısını kimler, nasıl sağlıyor? Riskleri, avantajları neler? Müşteri adaylarını nasıl bir deneyim bekliyor?

PSM Yayın Danışmanı Abdullah Çetin bu soruları, altyapı ve servis sağlayıcı kanadından Enqura'nın CEO'su Metin Karabiber, Identify24'ün Kurucu Ortağı Taner Ortakasapbaşı ve Proje Yöneticisi Ali Haydar Ünsal, KOBİL'in İş Geliştirme Direktörü Hasan Emre Özgür, Techsign'ın CEO'su Abdullah Kip ve VeriPark'ın Global Satış Direktörü Armağan Gürkan'a sordu. Kullanıcı kanadından İş Bankası Bireysel Bankacılık Pazarlama Müdürü Burak Sezercan, hukuk kanadından YT Hukuk Bürosu Kurucu Ortağı Av. Kortan Toygar da diğer konuklarımız oldu...

“DİJİTAL İMZA İÇİN MASAK’IN ALT DÜZENLEMESİNİ BEKLİYORUZ”

Emre Bey, geçen sayımızda PSM’de kavramla ilgili oldukça aydınlatıcı bir makaleniz yer almıştı. Bu yüzden, diğer konuklarımızın da izniyle sözü ilk size vermek istiyorum. Nedir bu digital onboarding, kavramı dünyadan ve Türkiye’den örnekler eşliğinde biraz anlatır mısınız?

Hasan Emre Özgür: Uzaktan müşteri edinimi aslında yeni bir konu değil. Her ne kadar Kovid-19 salgınıyla birlikte şubesiz, fiziksel etkileşime girilmeden hizmet alınabilmesi konusunda neredeyse her endüstride çözüm ihtiyacı oluşsa da başta bankalar olmak üzere finansal kuruluşlar son yıllarda dijitalleşmeye büyük yatırım yapıyor. Peki bugüne dek ne yapıldı? 7247 numaralı kanun hayatımızda olmadığı için, kurumlar dijital ortamda başlattıkları onboarding sürecini, müşteriye kuryeyle sözleşme gönderip ıslak imzasını alarak tamamlama yoluna gittiler. Ya da MASAK düzenlemelerine uygun olarak kimlik tespiti gerektirmeyen limitler dahilinde kartlar, hesaplar üreterek bunlarla işlem yaptırdılar. 7247 sayılı kanunla ise birlikte yepyeni bir dönem açılıyor. “Yazılı şeklin yerine geçebilecek, bir bilişim veya elektronik haberleşme cihazı üzerinden gerçekleştirilecek ve kimlik doğrulama imkânı sağlayacak yöntemlerle mesafeli sözleşme kurulabileceği” ifadesiyle uzaktan kimlik tespiti yapılmasının ve sözleşmelerin ıslak imzaya ihtiyaç olmadan kimlik tespitine dayanarak onaylanmasının, diğer bir deyişle dijital olarak imzalanmasının yolunu açan yasanın alt düzenlemesinin MASAK tarafından yapılmasını bekliyoruz hepimiz. MASAK, bu teknolojik yöntemlerin “nasıl olması gerektiğini” belirleyecek.

Türkiye’de de yeni elektronik bankacılık yönetmeliğinde “üçüncü tarafa güven” ilkesi mevcut. Bu maddeyle bir bankanın onboard ettiği müşterinin, açık bankacılık servisleriyle başka bir banka tarafından uzaktan müşteri edinilebilmesinin önü açılmış oldu. Ancak burada da kurumlar arası veri akışı ve muvafakat yönetimi için bir güvenli partiye ihtiyaç var.

Hasan Emre Özgür
KOBIL İş Geliştirme Direktörü

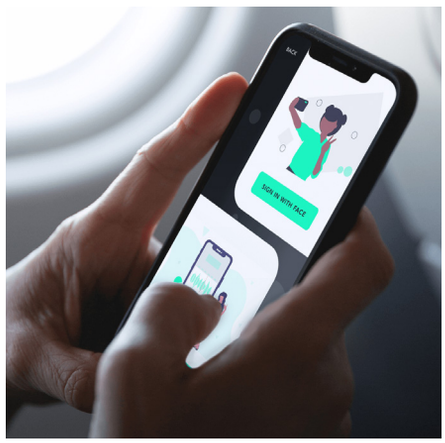
Bu konuda örnek olarak verebileceğimiz Kuveyt ve Kanada’da devlet digital onboarding konusunu sahiplenmiş. Vatandaşların dijital kimlikleri devlet veritabanında oluşturuluyor ve birikiyor. Devlet, bankalar dahil tüm ihtiyaç sahibi kurumlara bu dijital kimlikle müşteri edinimi ve işlem yapma imkanı veriyor. Bu ülkelerde tüm kimlik kartları çipli olduğu için, kullanıcının telefonuna indirilen devletin özel “dijital kimlik mobil uygulaması” üzerinden kartı telefona dokundurarak ya da devletin çeşitli noktalara koyduğu “onboarding kiosk’ları” aracılığıyla kimlik kartınızı tanıtabiliyorsunuz. Türkiye’de de bir devlet kurumunun merkezinde olduğu bir sistem ve ulusal dijital kimlik veritabanı oluşturulmasında yarar var.

“YÜZ TANIMA TEKNOLOJİSİNDE PERFORMANS AÇIĞIMIZ VAR”

Abdullah Bey, sizce digital onboarding konusunda nasıl bir süreç izlenmeli?

Abdullah Kip: Yüz tanıma yönteminin başlıca avantajı, bu işlemin ek bir cihaza gerek duyulmadan sadece mobil telefonlarla bile yapılabilmesi. Tabii burada kaliteli bir görüntü, video alınabilmesi için gerekli teknolojinin olması gerekiyor. Ortamda yeterli ışık ve internet bağlantısı olup olmadığı da önemli.

Yüz tanıma konusunda Türkiye’de şu anda biraz geride kaldığımızı söyleyebilirim. Halen test ettiğimiz yurtdışı menşeli yüz doğrulama uygulamaları ile bizim yerli olarak geliştirdiğimiz ürünlerle arasında yüzde 1-2 gibi az oranda da olsa bir performans açığı olduğunu görüyoruz. Tabii stratejik olarak kendi ürünlerimizi geliştirmek, açığı kapatıp hatta öne



Abdullah Kip
Techsign CEO'su

geçmek durumundayız. Bu noktada da bizim gibi üreticileri kurumların desteklemesi, bizlerle güvenli işbirlikleri geliştirmesi gerekiyor. Asıl önemlisi de burada bir arada olduğumuz gibi, sektör paydaşları olarak işbirliği içinde çalışıp bu süreçlerde ortaya çıkan bilgi ve tecrübeyi bu algoritmaların daha iyi seviyeye gelmesinde kullanmalıyız.
Techsign olarak yüz doğrulamanın yanı sıra "canlılık algılama" (liveness detection) teknolojisini de kullanıyoruz. Algoritmik uygulamalarla ilgili dünyadaki tüm trendleri yakından takip ediyor, API'lerden yararlanıyor ama belirttiğim gibi asıl önemlisi ilgili kurumların desteği ve sağlıklı bir işbirliği ortamı oluşturulması.

TECHSIGN

ALMANYA'DA "VİDEOLU KİMLİK DOĞRULAMA" ZORUNLU

Ali Haydar Ünsal
Identify24 Proje Yöneticisi

Emre Bey, Kuveyt ve Kanada örneklerini verdi. Şimdi de bu alanda Almanya'nın önde gelen servis sağlayıcılarından biri olan Identify24'ün deneyim ve gözlemleri için Ali Haydar Bey'e kulak verelim...

Ali Haydar Ünsal: Identify24, yaklaşık 11 yıldır faaliyet gösteren ve BSS GmbH çatısı altında hizmet veren bir FinTek şirketi. Özellikle son 2 yıldır KYC (müşterini tanıma) ve vidolu kimlik doğrulama alanında Almanya'nın ilk 3 servis sağlayıcısı arasında yer alıyoruz. Almanya'nın BDDK'sı konumundaki BaFin'e, bu alanda standartların belirlenmesi, mevzuatın geliştirilmesi konusunda görüş bildirme şansı bulabilen az sayıda şirketten biriyiz. Halen Avrupa ülkelerinde uzaktan müşteri edinimi ve KYC (uzaktan müşteri tanıma) için genelde "selfie-ident" denilen ve kimliğin taranıp incelenmesine yönelik çözümler görüyoruz. Almanya'da ise "videolu kimlik doğrulama" zorunlu olarak uygulanıyor. Diğer AB ülkelerinde de bu uygulamaya geçiş süreci başlamış durumda. Nitekim biz de önümüzdeki aydan itibaren Hollanda'da, yıl sonunda da Avusturya'da bu hizmeti vermeye başlayacağız.
Identify olarak gerek videolu doğrulama gerekse KYC uygulamalarına sadece teknolojik açıdan bakmıyoruz. Bu 40'ı teknik, yüzde 60'ı ise know-how yani deneyim olan bir iş. Bu konuda antivirüs yazılımlarını örnek verebilirim. Nasıl ki bu şirketler sürekli hacker'ların hareketlerini sürekli takip edip anında aksiyon almaya çalışıyorsa bizim gibi kimlik tespit ve doğrulama servis sağlayıcıların da benzer şekilde hareket etmesi gerekiyor. Gerek dünya çapında gerekse Almanya'da "kimlik hırsızlarının" bir adım önünde olup olay gerçekleşmeden önlem alabilmek

identify

için çaba gösteriyoruz. Olayın bir de kara para aklama tarafı var. Devletler vergi kaybını önlemek açısından da bu teknolojilere, hizmet ve çözümlere sıcak bakıyor.

Taner Bey, Almanya'daki sistem hakkında siz neler söylemek istersiniz?

Taner Ortakasapbaşı: BaFin, kimliği doğrulanacak kişinin ya canlı olarak görülmesi ya da özel bir yazılım uygulaması üzerinden video olarak görülmesi gerektiğini belirtiyor. Almanya, bu işlemi 2016 yılına kadar Skype'ın da dahil olduğu farklı video altyapılarını kullanarak yapıyordu. Tabii sunucuların merkezi yurtdışında olduğu ve bu yüzden uçtan uca kontrol sağlanamadığı için bundan vazgeçildi. Bunun üzerine Almanya'ya özel bir RTS yazılıma geçildi. Biz de bu altyapıyı kullanarak Almanya'daki banka ve FinTek'lere hizmet veriyoruz.

Taner Ortakasapbaşı
Identify24 Kurucu Ortağı

"VİDEO KONFERANS DENEYİMLERİNİN HEPSİ BAŞARISIZ OLDU"

Metin Bey, sizce nasıl bir sistem kurgulanmalı? Enqura'nın deneyimlerinden yola çıkarak değerlendirebilirseniz sevinirim.

Metin Karabiber: Enqura olarak bankacılık ve yapay zeka temelli uygulamalarda zaten belli bir deneyimimiz vardı. Son 2.5 yıldır da uluslararası seviyede ürünlerimizin entegre çalıştığı birçok uygulamayı da inceleme fırsatı bulduk. 2.5 yıl önce yüz tanıma teknolojileri ve "big learning" tarafında yürüttüğümüz çalışmalarda doküman tanıma, bunların üzerindeki güvenlik unsurlarını tanımlama teknolojilerini birleştirdiğimiz bir ürün haline getirdik. Yeni ve genç bir ürün.

Türkiye'de bir anda, canlı bir görevliyle görüşme olmadan, tamamen yapay zeka teknolojileriyle bir müşterinin kimlik doğrulaması, yüz tanıması ya da biyometrik doğrulama, canlılık doğrulaması gibi birçok faktörle bu işi self-servis olarak başlatılmasını doğrusu sürpriz bulurum. Keşke böyle bir sürpriz olsa...

Yıllarca bankalarda çalıştım ve "video agent" işinin ne kadar zor olduğunu bilirim. Çok geniş bir coğrafyada, farklı kültürlerde insanlarla çalışan bankacıları düşünmemiz gerekiyor. Daha önce video konferans uygulamaları şeklinde denenen işlerin neredeyse tamamı başarısız oldu. Bu konuda "görüntülü ATM" olarak da adlandırılan VTM cihazları denendi ama beklenen ilgiyi bir türlü görmedi. Dolayısıyla bu tür hizmetlerde self-servisin Türkiye için daha doğru bir yöntem olacağını düşünüyorum. Ama video konferans olmadan da bir başlangıç yapılacağını sanmıyorum.

Teknolojik açıdan baktığımızda ise Emre Bey'in de belirttiği gibi şubedeki yüz yüze işlemden daha başarılı ve güvenli kontrol yapabilen bir yapay zekadan bahsediyoruz. Çünkü söz konusu görevli, yeterli eğitimleri almadıysa, kimlik ile gerçek kişiyi karşılaştırırken, gözlük ya da sakalla yapılabilecek hileleri anlaması çok zor olacaktır. Halbuki yapay zeka, 512 nokta üzerinden biyometrik bir analiz yapıyor. Bunu bir insanın yapması hiç kolay değil. Dolayısıyla kimliğin görüntüsü ya da NFC teknolojisiyle alınan bilgilerin, insanların elle, gözle bir kimliğin üzerindeki bilgileri kontrolünden daha etkili olduğunu düşünüyorum. Tabii iyi bir uzman yapay zekadan daha iyi analiz de yapabilir. Ancak Türkiye'deki video agent'ları düşündüğümüzde bu insanları eğitmenin de kolay olmadığı görülecektir. Bankalarla yaptığımız görüşmelerden de çıkardığım kadarıyla, önce video agent'larla başlansa da hızlıca yapay zekaya dönüleceğini düşünüyorum. Tabii bu benim kişisel görüşüm ve şirketimin de vizyonu bu yönde şekilleniyor.

Metin Karabiber
Enqura CEO'su

Uluslararası uygulamalara baktığımızda da video agent ile başlayan uygulamaların yapay zekaya doğru döndüğünü görüyoruz. Belki finansal alanlarda geç geliyor ama şu anda dijital oyunlar, telekom gibi konularda ağırlıklı olarak self-servis digital onbaording işlemleri yapılıyor. Finans alanında güvenlik daha işin merkezinde olduğu için temkinli yaklaşılıyor ama video agent'ın maliyeti ve teknolojik zorlukları nedeniyle yapay zeka destekli çözümlerin öne çıkacağını düşünüyorum.

Enqura

"DİJİTALDE BAŞLATILAN MÜŞTERİ EDİNME İŞLEMLERİNİN YÜZDE 40'I SONUÇSUZ"

Armağan Bey, VeriPark'ın konuya bakışını da sizden öğrenebilir miyiz?

Armağan Gürkan: VeriPark olarak finansal hizmetler sektöründe Kanada'dan Japonya'ya, Londra'dan Malezya'ya kadar çok geniş bir coğrafyada hizmet veriyoruz. Dünyanın farklı bölgelerinde ve şehirlerinde 18 ofisimiz var. Halihazırda 50'nin üzerinde bankayla çalışıyoruz ve bu bankaların birçoğuyla da digital onboarding özelinde görüşmeler yapıp çalışmalar yürütüyoruz. Biz bu konuya biraz daha süreç odaklı bakıyoruz. Digital onboarding müşterinin tanınması, bilgilerinin doğrulanması, müşteri haline gelmesinin yanı sıra diğer kanalların birbirini tamamlaması açısından da önemli bir işlev görebilir. Nitekim pek çok banka da bu konuya odaklanıyor.

Süreç açısından baktığımızda en önemli nokta başvuruda bulunan kişinin yalın, anlaşılabilir ve basit bir şekilde kurumun müşterisi olabilmesi. Sürecin başarısı buna bağlı. Digital onboarding'le ilgili yapılan bir araştırma, dijitalde başlatılan müşteri edinme işlemlerinin yüzde 40'ının tamamlanmadan sona erdiğini ortaya koyuyor. Bu da süreci teknolojiden ziyade kullanıcı açısından nasıl basit ele aldığınızla ilgili bir durum. Şunu da belirtmek isterim ki araştırmaya katılanların yüzde 38'i de müşteri olma sürecini bankayı tercih etmenin bir sebebi olarak görüyor. Dolayısıyla siz ne kadar mükemmel bir müşteri deneyimi yaratırsanız süreç de o kadar başarılı işleyecektir.

Ancak bu noktada Türkiye'nin regülasyon konusunda biraz geç kaldığını söyleyebiliriz. Suudi Arabistan, Kanada, Almanya, Birleşik Arap Emirlikleri (BAE) gibi ülkeler müşteri tanıma ve uzaktan müşteri edinimini çoktan merkezi servisler haline getirdi. Üstelik bunları bankalara da bir servis olarak açıyorlar. Örneğin, Almanya'da POSTIDENT gibi kuruluşlar müşteri doğrulama kısmını hallederek servis sağladıkları kurumlara diğer işlemler için güvenle devam edebilme şansı tanıyor.

Armağan Gürkan
VeriPark Global Satış Direktörü

Yine BAE'deki UAE Pass de müşteri kimlik doğrulamasını başta bankalar olmak üzere talepte bulunan kurumlara bir hizmet olarak sunuyor. Bizzat Suudi Arabistan Merkez Bankası da tüm bankalara bunu bir servis olarak açmış durumda.

Biz bu noktada diğer kanallarla iletişim ve bütünlüğü sağlamaya da odaklanmış durumdayız. Örneğin bir müşteri adayının, dijital bir kanalda başlayıp bitirmediği bir süreci çağrı merkeziyle tamamlamasına olanak sağlıyoruz. Orada da bitiremezse örneğin bir banka şubesine giderek onboarding sürecini tamamlayabilir.

Küresel ölçekte hayatımızın her alanını etkileyen ve aynı zamanda bankacılığı da değiştiren Kovid-19 salgınıyla birlikte, şubedeki işlemlerin kısalması, insanlar ve cihazlarla temasın minimum düzeyde tutulması için de digital onboarding süreçlerini kullanmaya çalışıyoruz.

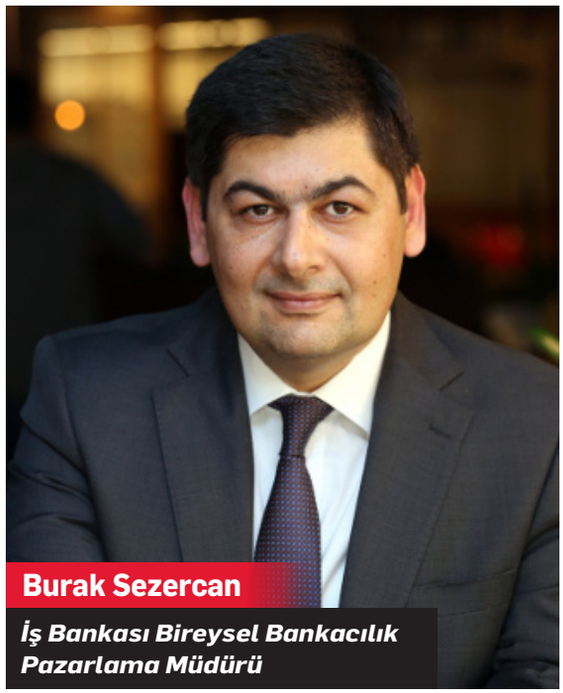
Bu noktada uzun yıllardır müşterimiz olan Enpara.com örneğine değinmek istiyorum. Enpara.com'un dijital bankacılıkta Türkiye'de öncü olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Türkiye'de bankacılık sektörünün müşteri memnuniyeti ortalaması yüzde 48 iken Enpara.com'da bu oranın yüzde 77 olması aslında digital onboarding'le başlayan bir dijital bankacılık sürecinin yüksek potansiyelini ortaya koyuyor. Enpara.com'un bu başarısının ardında ise müşteri edinim sürecinin basit ve yalın oluşu yatıyor.

VERİPARK

“İŞ BANKASI’NIN 9 MİLYON DİJİTAL MÜŞTERİSİ VAR”

Burak Bey, İş Bankası’nın uzaktan müşteri edinimi konusunda uzun süredir çalışmaları olduğunu biliyoruz. Son olarak “Müşteri Olmak İstiyorum” hizmetine görüntülü görüşmeyle hesap açma özelliğini eklediniz. Ancak işlemi sonlandırmak için yine kuryeyle müşteriye gidilip imza alınması gerekiyor...

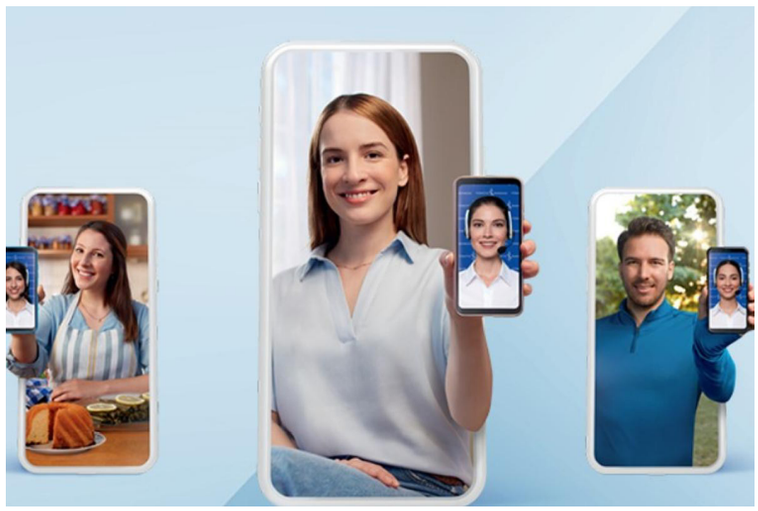
Burak Sezercan: Maalesef mevzuat henüz ıslak imza almadan işlemi sonuçlandırmaya izin vermiyor. Dolayısıyla yine ya kurye aracılığıyla imzasının alınması ya da şubeye giderek kişinin işlemi sonlandırması gerekiyor. Bankacılık hizmetleri sözleşmesini imzalatabiliyoruz ama kimlik kontrolü aşaması için mevzuat tamamen dijital bir yapıya izin vermiyor.



Burak Sezercan
İş Bankası Bireysel Bankacılık Pazarlama Müdürü

Aslında İş Bankası, önce çağrı merkezi, ardından da kurye aracılığıyla 2011 yılından bu yana uzaktan müşteri ediniyor. Dijitalleşme sürecine bağlı olarak payı her geçen gün artıyor. Tabii “Anında Bankacılık” hizmetini vermeye başladığımız 2011-2012 yıllarında mobil bankacılık penetrasyonu bu kadar yaygın değildi. Yine 300-500 bin gibi önemli sayılar vardı ama bugün İş Bankası’nın “dijital” diye adlandırdığımız 9 milyon müşterisi var. Bu da toplam 19.5 milyon civarındaki müşterimizin yarısına yakınına tekabül ediyor. Bankamızın son 3 aylık aktifliğine baktığımızda işlemlerin neredeyse yüzde 88’i dijital kanallardan yapılıyor. Dolayısıyla insanların davranışı değiştiği için müşteri olma yöntemi de dijitalleşiyor. Artık zorunlu olmadıkça kimse şubelere gelmiyor. Son dönem şube ziyaretlerine baktığımızda işlemlerin payının oldukça azaldığını görüyoruz.

Görüntülü görüşme uygulamasını da devreye aldıktan sonra bankamızın uzaktan müşteri edinimi oranı hızla arttı. Teknik açıdan İş Bankası, 2019 sonu itibarıyla zaten bu sisteme hazırdı. Haziran 2020 gibi açık bankacılık ve uzaktan müşteri edinimi konusundaki mevzuatın çıkmasını tahmin ediyorduk. Ancak araya salgın süreci girince düzenlemeler biraz farklılaştı. Sonuçta temmuz sonu, ağustos başı gibi iletişim faaliyetlerine başladık. Şu anda işlemin sonuçlanması tamamen dijital ortamda mümkün olmasa da regülasyon tarafında çok hızlı gelişmeler var. Biliyorsunuz 26 Haziran’da hem Bankacılık Kanunu hem de Banka ve Kredi Kartları Kanunu’nda değişiklik yapıldı. Böylece gerek mesafeli sözleşmelerin gerekse kimlik doğrulamanın dijital ortamda yapılabileceğine dair maddeler kanuna girmiş oldu. BDDK da bir taslak yayınlayarak alt düzenlemeler için ilk adımı attı. Hatırlanacağı gibi ağustos sonunda da Merkez Bankası açık bankacılık konusunda taslak yayınlamıştı. Henüz resmi bir açıklama yapılmasa da burada bahsedilen merkezi yapı için de BKM’ye işaret edilmişti.



"HUKUK HİÇBİR ZAMAN TEKNOLOJİNİN ÖNÜNDE DURAMAYACAK"

Av. Kortan Toygar
YT Hukuk Bürosu Kurucu Ortağı

Kortan Bey, biraz geç de olsa uzaktan müşteri edinimini ilgilendiren mevzuat çalışmaları hızlanmış görünüyor. Son düzenlemeler beklentileri karşılayacak düzeyde mi?

■ **Kortan Toygar:** Öncelikle pek çok meslektaşım gibi, bu tür konuları düzenleyen kanunların bir "torba" içerisine konarak çıkarılmasından pek hazzetmediğimi belirterek söze başlamak istiyorum. İyi yanı, kanunlar hızlıca çıkarılıyor. Ancak alelacele hazırlanıp bir torbaya atıldığı için; "kervan yolda düzülür" mantığıyla taslağı, tebliği, genelgesi, yönetmeliği, talimatı, yönergesi vb alt düzenlemeler daha sonra tartışılıp ele alınıyor. Hal böyle olunca da ilgili kanunlarda sık sık değişiklik yapma ihtiyacı duyuluyor. Bilindiği gibi, burada ele aldığımız konuyla ilgili bir kanun, iki de yönetmelik var. Öncelikle mevzuatın güzel bir kapıyı açtığını söylemeliyim. Şimdi ilgili kurum ve kuruluşların da katılımıyla gerekli alt düzenlemeler yapılacak. Hukuk fakültesindeki ilk derslerde yapılan bir betimleme vardır: McDonald's restoranına girdiğinizde bazı noktalarda neredeyse sürekli bir sarı levha görürsünüz: "Dikkat, ıslak zemin, kayabilirsiniz!" Acaba gerçekten sizin sağlığınızı düşündükleri için mi o levhayı koyuyorlar? Yoksa olası bir kaza halinde tazminat ödemekten kurtulmak için mi? Burada bir çatışan ilişkiler zinciri var. Dolayısıyla hem bankalar, hem bu konuda servis sağlayanlar hem de ilgili kurum ve kuruluşlar gerekli önlemleri alacak ki herkes kendi sahasında güvende hissedecek. Şu anda böyle bir durum yok diye görüyorum.

Bir sonraki adım için de bir çatışma çıktığında mahkemelerin, hukuk sisteminin bunu nasıl yorumlayacağı soru işareti. Tüketici ayağına, basiretli tacir ayağına, dolandırıcılığa nasıl bakılacak, çıkar çatışmaları nasıl yönetilecek? Bu noktada benim kişisel görüşüm, hukukun hiçbir zaman teknolojinin önünde duramayacağı yönünde. Teknoloji ilerledikçe hukuk da peşinden gidecektir. Ben olaya çok özgürlükçü bakıyorum. Ancak bu bir süreç gerektiriyor. Önce çok sıkı önlemlerle başlayıp ardından müşteri tanımayı kolaylaştırıcı başka ne gibi uygulamalar geliştirilebileceğine, ıslak imza, vidolu doğrulama, biyometrik doğrulama gibi yöntemlerin nasıl ve hangi koşullarda kullanılacağına bakılacaktır. Zamanla eksiklikler ortaya çıktıkça kurumlar, bankalar, servis sağlayıcılar, tüketiciler, bizler de bu işi öğrenip bunları tamamlayacağız. Böylece daha sağlıklı bir ekosistem oluşacaktır.

KOBIL TÜRKİYE EKİBİ ÜÇE KATLANACAK

Emre Bey, KOBİL bu alanda hangi hizmetleri sunuyor, planlarınız neler?

■ **Hasan Emre Özgür:** KOBIL, 1984 yılında Almanya'da kurulmuş bir güvenlik şirketi. Teknoloji güvenliği, siber güvenlik alanından uzmanlaşmış. Bugüne kadar kırılamamış bir kripto teknolojisi kullanarak elektronik bankacılık, mobil bankacılık alanlarında dijital kimlik üzerine çalışmalar yürütüyor. Türkiye'de de ofisimiz var ve şu anda 60 kişilik olan ekibimiz 1 yıl içinde 200 kişiye çıkacak.

KOBIL olarak yıllardır dijital kimlik ve siber güvenlik alanında çözümler sunuyoruz. Bu gelişmeler yaşanmadan önce de KOBIL'in sağladığı teknolojilerle finansal kurumlar müşterilerine dijital kimlik oluşturabiliyor ve tüm riskli finansal işlemleri bu kimlikle onaylatabiliyordu. KOBIL'in güvenlik altyapısı elektronik imza teknolojisine dayanıyor. Bütün riskli işlem onaylarını özel KOBIL sunucusu ve SDK'sı arasındaki haberleşmeyi sağlayan sertifika tabanlı ve kriptolu iletişim kanalımız üzerinde yönetiyoruz. Finans kurumlarının mobil uygulamalarını "App shielding" özelliğimizle koruyoruz ve dışardan atakları önlüyoruz. Dolayısıyla uygulamayı koruduğumuz için yeni düzenlemelerin öngördüğü ek kabiliyetlerin bankaların mobil uygulamalarına güvenle eklenmesini sağlıyoruz. Düzenlemelerin getirdiği yeniliklerin uzun süredir farkındayız ve bu konuda çalışmalarımız devam ediyor. Halihazırda son kullanıcıların cep telefonları üzerinde ulusal kimlik kartlarını temassız ya da optik olarak okuyan e-KYC uygulamamız bulunuyor. Ayrıca yüz tanıma özelliğimiz de var. Müşteri açılış sürecinde gerekli adres teyit dokümanlarını otomatik olarak tanıyıp onaylayabiliyoruz. Şu anda mevzuatı olmasa da görsel ihtiyaç olması durumuna göre müşteriye süreç içinde gösterilecek bir sözleşmeyi telefonun ekranında parmakla imzalatabiliyoruz.

Anında Dijital Kredi ile Tek Tıkla Kesintisiz Alışveriş

Müşterilerinizin kredi kartı limitinin yetersiz kaldığı anlarda
Anında Dijital Kredi hizmetinizde!

Anında Dijital Kredi ile **Mastercard**'ın kart saklama platformu olan **Masterpass** teknolojisi ve altyapısı kullanılarak online kredi çözümü sunuluyor.

Müşterileriniz bankaya gitmeden alışveriş anında tüm işlemleri cep telefonlarından dijital ortamda tamamlayarak birkaç saniye içerisinde **Anında Dijital Kredi** ile ödeme alma kolaylığına sahip oluyor.

Hızlı ve kolay ödeme çözümü ile müşterilerinize pürüzsüz ve kesintisiz bir alışveriş deneyimi sunmak için Anında Dijital Kredi ile tanışın!

mastercard. | paynet

/paynetodeme

Bu bilgileri güvenli bir şekilde kurumun bankacılık sistemlerine aktarabiliyoruz. KOBIL'in en büyük farkı ise müşterinin kimlik tespitini yaptıktan sonra oluşturduğu sertifika tabanlı "dijital kimlik" diyebilirim. KOBIL güvenlik teknolojisi, bu "dijital kimlik" ile çok faktörlü olarak riskli işlemleri doğrulayabiliyor. Kurumun mobil uygulamasını güvenli hale getiriyoruz. 1 Temmuz 2020'de bir kısmı yürürlüğe giren yeni Elektronik Bankacılık Yönetmeliği'ne yüzde yüz uyumluyuz. Bu konuda KPMG ile birlikte çalıştık ve denetimden geçtik. Yönetmeliğe uyum konusunda Güvence Raporu verebilen tek şirketiz.

"SÜREÇLERİ TEKNOLOJİNİN HIZINA YETİŞTİRMEYE ÇALIŞMAK BEYHUDE ÇABA"

Abdullah Bey, Techsign'ın düzenlemeler konusuna bakışı nasıl?

Abdullah Kip: Techsign'ı 2016 yılında kurduk. Şirketimizi başta dijital ve biyometrik kimlik doğrulama olmak üzere teknolojik yenilikler geliştirmek üzere konumlandırdık. Biz tazılım geliştirme tarafında güçlü olmak, sektöre bu noktadan destek vermek istiyoruz. Bu açıdan regülasyonlar hakkında yorum yapmak istemesem de hukuk sisteminin ciddi anlamda teknoloji tehdidi altında olduğunu söyleyebilirim. Süreçleri teknolojinin hızına yetiştirme çalışmaları da bir süre sonra beyhude bir çabaya dönüşeceğini düşünüyorum. Kamunun rolünün de zaman içinde azalacağını öngörüyorum. Güvenilir üçüncü partiler de hayata geçecektir ama bunlar da çok uzun ömürlü olmayacaktır.

Dijital müşteri edinimi için geliştirilen uygulamaların özellikle fraud konusunda faydaları olacaktır ama insan özgürlüğünü kısıtlayacağı, bazı temel değerler açısında farklı dezavantajlar getireceği de bir gerçek. Tabii yine teknoloji-insan işbirliğiyle alternatifler de geliştirilebilecektir.

IDENTIFY24 TÜRKİYE PAZARINDA...

Ali Haydar Bey, Almanya'da video ile doğrulama yöntemi zorunlu ama Metin Bey de bu yöntemin Türkiye'deki denemelerinin başarısız olduğunu düşünüyor...

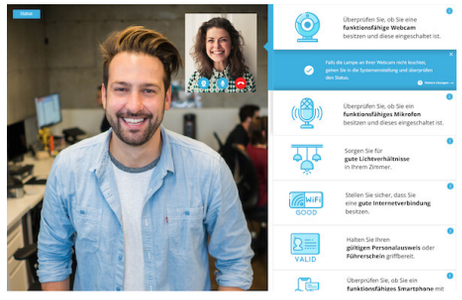
Ali Haydar Ünsal: Müsaadenizle önce buradan sıcak bir gelişmeyi paylaşmak isterim. Siz bu toplantı notlarını yayınladığınızda muhtemelen Identify24 olarak Türkiye pazarına girmiş olacağız. Öncelikli hedefimiz rekabetten ziyade sağlıklı bir ekosistem için destek olmak. Başta AB olmak üzere Avrupa ülkelerinde edindiğimiz tecrübeyi buradaki iş ortaklarımız için de sunmak istiyoruz.

Eski bir bankacı ve telekom çalışanı olarak ben de geçmişte video agent deneyimlerinin başarısız olduğuna tanık oldum. Ancak günümüzde, özellikle de salgınla birlikte video üzerinden yapılan aktivitelere adaptasyonun hızla artacağına öngörebiliriz. Örneğin, video aracılığıyla yapılan eğitimler bu alandaki alışkanlıkların değişmesinde hızlandırıcı işlevi görecek. Zorunluluktan kaynaklansa da bu toplumsal değişim finansal hizmetlere ve diğer sektörlere de yansıyacaktır. Bu açıdan Metin Bey'in çekincelerine çok da katılmıyorum. Burada önemli olan müşteri adayının kullandığı teknolojiye uygun şekilde ona ulaşabilmek. KYC ve video ile kimlik doğrulama uygulamaları sayesinde gerek kamu gerekse özel kurumlar açısından pek çok faydanın ortaya çıkacağına inanıyoruz. Özellikle de kara para aklamanın, terörizmin finansmanın önlenmesi açısından...

Biz de bu sürecin sadece finansal piyasalarla sınırlı kalmayacağını düşünüyoruz. Başta pazaryerleri, e-ticaret işletmeleri, dijital oyun ve online bahis siteleri, kripto para platformları olmak üzere birçok sektörün bu tarz kimlik doğrulama hizmetlerini kullanmak durumunda kalacağını öngörüyoruz. Nitekim dünya çapında bunun örneklerini sıkça görmeye başladık.

Almanya'daki tecrübelerimiz, digital onboarding'in devreye girmesiyle birlikte müşteri edinme sürecinin 5 ila 10 günden 20-30 dakikaya indiğini gösteriyor. Bu da pek çok firma için fırsat yaratıyor. Örneğin sıcağı sıcağına satış yapmak, çapraz satış imkanlarından yararlanmak isteyenler için...

Taner Ortakasapbaşı: Ben biraz da olaya müşteri açısından bakmak istiyorum. Şirketimizin altyapısı ödemeden geldiği için önemli bir avantajımız var. Diyelim ki bir kişi bizim sistemimiz üzerinden kimliğini doğrulayıp banka müşterisi oldu. Sonra bir telekom şirketinden telefon almak ya da abone olmak istediğinde bizde hazır olan doğrulamasını orada da kullanabilir. Şu anda BaFin'de devam eden bir banka lisans sürecimiz var. Birkaç ay içinde tamamlanacağını umuyoruz. Bir yandan da "müşteriyi onboarding olmadan da onboard etmek" üzere özel bir çalışma yürütüyoruz. Kişileri uzun formlardan, bürokratik işlemlerden kurtaracak bu çalışmanın ayrıntılarını da yakında sizlerle paylaşıyor olacağız.



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

İçi Dışı Bir

Verisoft için iş ortaklığı şeffaflıktır

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

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

- Kartlı Ödeme Çözümleri
- Dijital Ödeme Çözümleri
- POS Yazılım ve Entegrasyonu
- Sahtekarlık Önleme ve İzleme Sistemi
- Sadakat Kart Uygulamaları
- Kart Basım ve Kişiselleştirme Çözümleri
- Ödeme Donanım Çözümleri

verisoft

sales@verisoft.com | 0212 483 72 72

verisoft.com

"BUGÜN KONTROLLÜ YÜRÜTTÜĞÜMÜZ SÜREÇLER ÇOK YAKINDA SELF-SERVİSE DÖNÜŞECEK"

Metin Bey, anlaşılan Ali Haydar Bey süreç konusunda sizden biraz farklı düşünüyor. Ne dersiniz?

Metin Karabiber: Ali Haydar Bey'in "müşteri adaptasyonu konusunda sorun olmayacağı" görüşüne ben de katılıyorum. Zaten Türk insanının teknolojiyi kabullenme hızı pek çok ülkeye göre daha yüksek. Örneğin, Facebook'u kullananların yaş ortalamasının yüksekliği açısından ilk sıralardayız. Yani yaşlı insanlarımız da sosyal medyayı hayli aktif kullanıyor. Keza mobil bankacılık kanallarının kullanımında da dünya ortalamasının çok çok üzerindeyiz. Dolayısıyla düzgün bir kullanıcı deneyimi sunulduğu anda herkes çok hızlı adapte olacaktır.

Benim söylemek istediğim, bankacılık tarafında video ile doğrulama yapacak müşteri temsilcilerinin maliyetinin çok yüksek olması. Özellikle de banka içerisinde konumlandırıldıkları zaman… Tüm dünyada olduğu gibi bu konuda dışarıdan hizmet alınması durumunda maliyetler aşağı çekilebiliyor. Bu durumda canlı görüşmeyle devam etmek bir başlangıç olabilir. Öte yandan, nasıl ki çağrı merkezlerindeki görevlilerin yerine pek çok cevabı verebilecek chatbot'ları kullanıyor, birçok işlemin de yapılmasını sağlıyorsak; digital onboarding'de de self-servisin hızla yaygınlaşacağını düşünüyorum. En azından şu an kullandığımız yapay zeka, big learning, machine learning teknolojileriyle de video agent'lardan daha iyi sonuçlar alabileceğimize inanıyorum. Sahte kimliklerin, sahte kişilerin, maskelenmiş yapıların şu anda kullanılan yapay zekayla da kolayca tespit edilebildiğini düşünüyorum.

Belki regülasyonları değil ama teknolojinin nereye gideceğini çok rahat öngörebiliyoruz. Kortan Bey'in de belirttiği gibi teknolojiyi durdurmak mümkün değil. Yine hukukun önünde gidip üretmeye devam edeceğiz. Başarı oranı yüksek bir digital onboarding süreci tasarlayabileceğimizi düşünüyorum. Biz bu konuda özellikle blokzincir teknolojisine odaklanıyor ve yatırımlarımızı buraya yönlendiriyoruz. Bu konuda örneğin Azerbaycan Merkez Bankası, bir bankada açılan hesabın dijital kimliği oluşturulduktan sonra bunu dokümanlarıyla birlikte kendi üzerine alıp sonra da bir başka bankayla paylaşma işini blokzincir tabanlı olarak yapıyor ki bu, tüm proje altyapısı ve danışmanlığını bizim yürüttüğümüz bir projeydi.

Kısacası bugün kontrollü olarak yürüttüğümüz bu süreçler çok yakında self-servise dönüşüyor olacak. Çok değil 5 yıl öncesine göre pek çok işlemi çok daha fazla mobil üzerinden yaptığımızı görmüyor muyuz?

"REGÜLASYON AÇISINDAN KAPALI BİR EKOSİSTEM HALİNE GELMEYE BAŞLADIK"

Armağan Bey, sizin de regülasyonlar konusundaki görüşlerinizi öğrenebilir miyiz?

Armağan Gürkan: Türkiye'nin dijital bankacılık açısından dünyada birçok ülkeden ileri bir seviyede olduğu bilinen bir gerçek. Nitekim VeriPark olarak biz de yurtdışı pazarına açılırken bunun avantajlarını gördük. Türkiye'deki tüm bankaların internet şubesine, mobil şubesine bir şekilde dokunmuş bir firma VeriPark. Sektör olarak yurtdışında pek çok bankanın hayal bile edemediği birçok uygulamayı hayata geçirmiş durumdayız. Ancak son 5 yıldır özellikle regülasyon açısından kapalı bir ekosistem haline gelmeye başladık. Pek çok ülke açık API'leri konuşup tüm servisleri entegre ederken biz bunları yapamıyoruz. Bunu gereksiz bir endişe olarak da değerlendirebiliriz belki. Aslında dijital servisler, internet bankacılığı ve mobil şubedeki işlem çeşitliliği gibi açılardan hazırız. Bu konuda global ölçekte rakibimiz yok denecek kadar az. Ancak konu digital onboarding olunca biraz fazla temkinli davrandığımız bir gerçek. Bu konuda Ziraat Bankası'nı örnek verebilirim. İlk bakışta müşteri kitlesi olarak yeniliğe çok açık olmadıklarını düşünebilirsiniz. Ağırlıklı olarak kamu çalışanları, çiftçiler gibi müşterileri olan bir banka. Ancak VeriPark olarak 2 yıl önce bankanın mobil bankacılık uygulaması olan Ziraat Mobil'i yenileyip süreçleri kolaylaştırınca inanılması güç bir değişime tanık olduk. Şu anda Ziraat Bankası'nın mobil uygulamasının rakipleri arasında bir numaraya yükseldiğini söyleyebilirim. Bankanın şu anda 9.5 milyon aktif mobil bankacılık kullanıcısı var.

Kısacası bankacılık sektörü, pazar, müşteri kitlesi digital onboarding için hazır. Şimdi yapılması gereken, bu süreci destekleyecek düzenlemelerin bir an önce hayata geçirilmesi.

"BANKA KARTI ALMAK İÇİN ARTIK SÖZLEŞME İMZALAMAK ZORUNLU DEĞİL"

Kortan Bey, sözü yine size bırakalım. Ne söylemek istersiniz?

Kortan Toygar: Regülasyonlar konusunda yeri geldiğinde mevzuat yapıcının hakkını da teslim edelim derim. Ben teknolojinin hukukla paralel gideceği konusunda umutluyum. Bazen o kadar cesaretli adımlara tanık oluyoruz ki... Örneğin, 26 Haziran'da çıkarılan kanunun banka kartlarını düzenleyen maddesinde radikal bir değişiklik var. Eskiden malum, en az 12 punto ve koyu siyah renkli sözleşme metinlerinin imzalanması zorunlu tutuluyordu. Şimdi böyle bir sözleşme imzalamadan da banka kartı dağıtımına izin verilmiş oldu.

ÖDEME SİSTEMLERİNDE GELECEĞİ TASARLIYORUZ!

VISA mastercard troy

Dijital ödeme çözümlerimizle
güvenli ve hızlı ödeme deneyimini keşfedin.

provision

/ provisionpay
www.provisionpay.com

"MOBİL BANKACILIKTAKİ İNANILMAZ BÜYÜMEYİ BU ALANDA DA GÖRECEĞİZ"

Burak Bey, madalyonun bir tarafındaki servis sağlayıcılar sağlıklı bir ekosistem için işbirliğinden bahsediyor. İş Bankası olarak bu alandaki bazı girişimlerle birlikte çalıştığınızı biliyoruz...

Burak Sezercan: Regülasyon konusunda hızlanmamız gerektiğine ben de katılıyorum. Sorunuza gelince, dijital müşteri edinimi konusunda banka içindeki birimlerimizin yanı sıra bazı girişimlerle de işbirliği yapıyoruz, birlikte çalışıyoruz. Nitekim bu işbirliklerinden biri yıllar önce yeni bir girişim olarak İşCep'i tasarlayan, İş Bankası ile işbirliği yıllardır devam eden ve bizimle birlikte büyüyen Commencis oldu.

"Müşteri Olmak İstiyorum" markamız altında sunduğumuz uzaktan müşteri kabulü uygulamalarında da yine gerek görüntülü görüşme gerekse güvenlik safhalarında yine girişimlerle beraber çalışıyoruz. Bankamız iştiraklerinden Softtech ise bu hizmetlerin büyük bir kısmını sağlıyor. Onlar aracılığıyla bu tür girişimlerle çalışıyoruz.

Keza İş Bankası, Workup girişimcilik programıyla da girişimleri destekliyor. Özellikle dijital anlamda, siber güvenlikle ilgili yenilikçi proje ve uygulama geliştirenlerle birlikte çalışıyor hatta birçoğuna yatırım yapıyoruz.

Digital onboarding deyince çok geniş bir alandan söz ediyoruz. Sadece bankacılıkla sınırlı kalmayacak, örneğin sigortacılar da peşi sıra gelecektir. Kanunlar, alt düzenlemeler, ilgili değişiklikler de peyderpey yapılacaktır. İş yapma biçimleri değişecek, müşteri deneyimleri gelişecek; mobil bankacılıkta yaşadığımız inanılmaz büyümeyi bu alanda da göreceğiz.

Yakın gelecekte ne gibi etkileri olacak derseniz, özellikle çok sayıda çalışanı olan kurumların hesap açarken yaşadığı zorlukların ortadan kalkacağını söyleyebilirim. Çalışanların maaş ödemelerini başka bir bankaya taşıma kararı aldığınızı düşünün; ya binlerce kişinin şubeye gitmesi gerekecek ya da banka görevlileri ellerinde formlarla ofiste imza toplamakla uğraşacak. Digital onboarding sayesinde ise bu işlemler çok daha kolay yapılabilecek. Hatta API'leri de devreye soktuğumuzda şirket, kendi intranetinden bile başvurarak İş Bankası ya da bir başka bankaya müşteri olabilecek. Yine hatta açık bankacılık uygulamalarının getireceği imkanlarla çalışanlar, geçmiş verilerine de ulaşılacağı için kredi kartından ihtiyaç kredisine, konuttan taşıt kredisine birçok imkandan kolayca yararlandırılabilecek.

18 yaşını doldurmuş üniversite öğrencileri ve çalışanlar da okudukları veya çalıştıkları yerde kolayca banka müşterisi olabilecek.

Bir yandan da işlemlerin birçok yerde iç içe geçtiğini göreceğiz. Örneğin, birçok e-ticaret sitesiyle yaptığımız işbirliği doğrultusunda anında kredi kullandırıyoruz. Ancak şu anda bu imkanı sadece bankamız müşterileri için sunabiliyoruz. Islak imza ve fiziki kimlik doğrulama zorunluluğunun olmadığı bir digital onboarding ortamında ise dakikalar içinde süreci tamamlayarak müşterimiz yaptığımız kişilere de bu fırsatı sunabileceğiz.

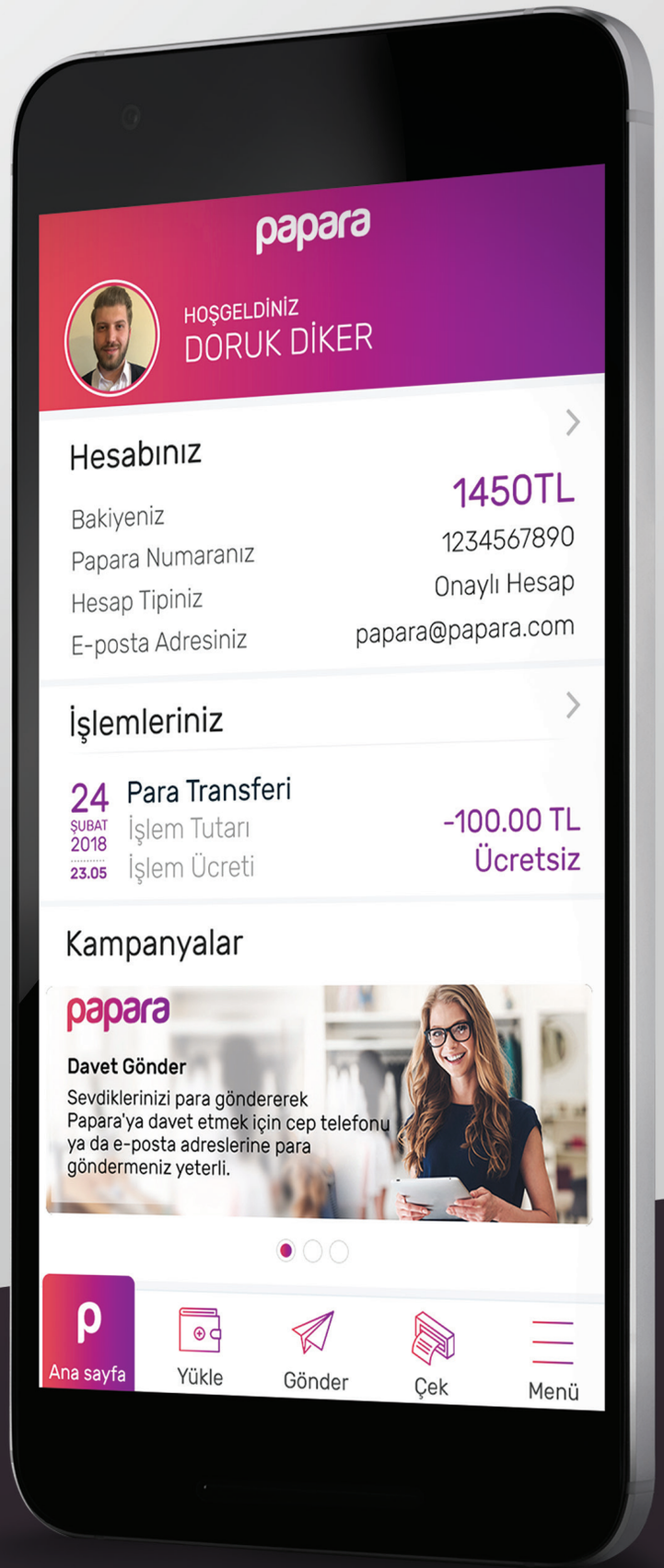
Artık hesabınızın hangi şubede olduğunun da bir önemi kalmadı. Nitekim çağrı merkezi üzerinden müşterimiz olmak isteyenlere "Size yakın hangi şubede hesap açmak istersiniz" diye sorduğumuzda "Fark etmez, nasılsa İş Bankası müşterisi olacağım" diyor. Bizim sormamızın nedeni ise pek çok işlem için fiziki olarak bir şubeye gidip imza atmak zorunda olması. Müşteri edinme süreçleri dijitalleştikçe bu tür sorunlar ortadan kalkacak, kişinin ilgili kuruma aidiyet hissi kuvvetlenecek, sürecin gelir yaratıcı imkanlarını da kısa sürede hep birlikte göreceğiz.

EFT SAATİNİ Mİ KAÇIRDIN?

PAPARA VAR!

7/24

ÜCRETSİZ PARA GÖNDER



HEMEN İNDİR!

App Store'dan İndirin

Google Play 'DEN ALIN

papara

www.papara.com

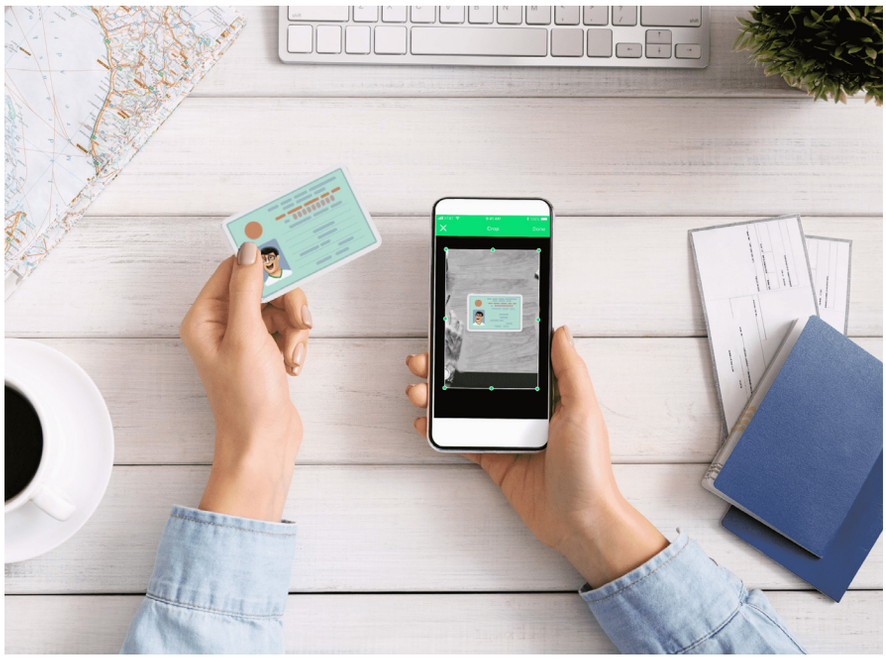
Uzaktan kimlik tespitine ilişkin tebliğ taslağı neler getiriyor?

YT Hukuk Bürosu
Av. Tuğba Köseer - Av. Kortan Toygar

Uzaktan müşteri edinimini (digital onboarding), "finansal kuruluşlar tarafından müşteri hesabı açılması, sözleşme süreçlerinin yürütülmesi gibi işlemler bakımından ilgili belgelerin fiziki olarak imzalanması zorunluluğunu ortadan kaldıran, bu kuruluşlara dijital ortamda müşteri kazanımı imkanı vererek hem finansal kuruluşlar hem de müşteriler için büyük kolaylıklar sağlayan bir sistem" olarak tanımlamak mümkün. Bu sistem, müşteri edinimi sırasında online olarak başlayan işlemlerin fiziki ortamda tamamlanması zorunluluğunu kaldırarak, finansal kuruluşlara fiziki herhangi bir evraka gerek kalmadan müşteri edinme imkanı sunuyor. Ancak bunu yaparken, finansal kuruluşlarca işlem öncesinde kişilerin kimliğinin doğrulanmasının nasıl sağlanacağı önem kazanıyor.

Dünyadaki örneklere bakıldığında kimlik doğrulamanın; görüntülü görüşme, dijital kimlik, e-imza, biyometrik iz gibi yöntemlerle yapıldığı görülüyor. Elbette bu doğrulama için müşterilerin kişisel verilerine ihtiyaç var. Gerek Kişisel Verilerin Korunması Kanunu gerekse uzaktan müşteri edinimine imkan sağlayan mevzuat uyarınca elde edilen verilerin korunması, gerekli idari ve teknik tedbirlerin alınması önem kazanıyor. Bu konuda BDDK ve ilgili diğer merciler düzenleme çalışmaları yürütüyor. BDDK, 21 Eylül 2020 tarihinde "Bankalarca Kullanılacak Uzaktan Kimlik Tespiti Yöntemlerine İlişkin Tebliğ Taslağı" yayınladı.

Söz konusu taslak, müşteri olacak kişilerin kimlik tespiti yöntemlerine ilişkin önemli düzenlemeler içeriyor. Örneğin, uzaktan kimlik tespitinin, müşteri temsilcisi ile ilgili kişinin; fiziksel olarak aynı ortamda bulunmasına gerek olmadan, çevrim içi olarak görüntülü görüşmesi ve birbiriyle iletişim kurmasıyla gerçekleşeceği belirtiliyor. Yine aynı madde kapsamında teknolojik, operasyonel vb riskler dikkate alınmak suretiyle yeterli güvenlik seviyesinin oluşturulması ile bankaca belirlenen görüntülü görüşmeyle uzaktan kimlik tespiti sürecinin test edilerek sonuçlara göre gerekli güncellemelerin yapılması gerektiği ifade ediliyor.



İşlemleri tek kişi yapamayacak, ilgili personel eğitilecek

Tebliğ taslağına göre uzaktan kimlik tespiti işlemlerinin, "görevler ayrılığı" prensibine uygun şekilde tek kişi tarafından başlatılması, yürütülmesi, onaylanması ve tamamlanmasına imkan vermeyecek sistemlerin oluşturulması gerekiyor.

Uzaktan kimlik tespiti yapacak personele gerekli eğitimlerin verilmesi ve uzaktan kimlik tespiti işleminin sadece eğitim almış personel tarafından yapılması şart. Bu eğitimin kapsamı da ilgili belgelerin özellikleri, bu belgeler için uygulanabilecek doğrulama yöntemleri, işlemlere ilişkin bilinen dolandırıcılık uygulamaları, konuya ilişkin yükümlülüklerin personel tarafından bilinmesi gibi noktalarda gerekli bilgilerin personelle paylaşılmasını içeriyor.

Kimlik tespiti sürecinde uyulması gereken ilkeler

Tebliğ taslağının 6'ncı maddesinde, kimlik tespiti sürecinde uyulması gereken ilkeler şöyle sıralanıyor:

- İlgili kişinin başvurusu bir formla alınarak söz konusu verilerle kişi hakkında risk değerlendirmesi yapılması,
- Uzaktan kimlik tespiti işlemleri atanırken suistimal olasılığını azaltmak için gerekli mekanizmaların tesisi,
- Uzaktan kimlik tespiti başlangıcında ilgili

Uzaktan kimlik tespiti, müşteri temsilcisiyle ilgili kişinin çevrim içi olarak görüntülü görüşmesi ve birbiriyle iletişim kurmasıyla gerçekleşecek... Bu süreç tek bir kişi tarafından başlatılıp, yürütülüp, onaylanıp tamamlanamayacak... Tüm kayıtlar, bilgi ve belge saklama gerekliliklerini düzenleyen mevzuata uygun olarak saklanacak... Sürecin yürütümü, kimlik doğrulanmasının sağlanması gibi durumlar için sorumluluk bankaya ait olacak...

kişinin açık rızasının kayda alınması,

- Müşteri temsilcisi tarafından sorulacak asgari soruların belirlenmesi,
- Tespitin gerçek zamanlı ve kesintisiz olarak yapılması,
- Müşteri temsilcisiyle ilgili kişi arasında görsel işitsel iletişimin bütünlüğünün ve gizliliğinin sağlanmış olması,
- Tüm görüşme boyunca iletişimin görüntü ve ses kalitesinin, yeterli seviyede şüpheye yer bırakmayacak ve kimlik tespitinde herhangi bir kısıtlamaya imkân vermeyecek şekilde olması,
- Görüntü kalitesini değerlendirmek amacıyla uygun görsel güvenlik öğelerinin belirlenmesi...

Tebliğ taslağının 7'nci maddesinde, "Görüntülü görüşmeyle uzaktan kimlik tespiti sürecinde beyaz ışık altında görsel olarak ayırt edilebilen ve asgari olarak giyoş, gökkuşağı baskı, optik değişken mürekkep, gizli görüntü, hologram ve mikro yazı güvenlik öğelerine, fotoğraf ve ıslak imzaya sahip olan kimlik belgeleri kullanılır" deniliyor. Kimlik belgesinin üstünde yer alan bilgilerle birlikte kimlik belgesinin kendisinin de doğrulanması gerekiyor. Müşteri temsilcisi tarafından, ekran görüntüleri veya video kayıtları arasından seçilecek tekil fotoğraflarla karşılaştırma yapılacağı öngörülüyor. Müşteri temsilcisinin, uzaktan kimlik tespiti sırasında kimliğin zarar görmediği, üzerine sonradan fotoğraf yapıştırılmadığı, geçerlilik süresinin devam ettiği, bilgilerin MRZ kısmında yer alan bilgilerle uyuştuğu, bilgilerin bankaca bilinen bilgilerle uyuştuğu gibi hususları doğrulaması bekleniyor.

Yine bu süreçte, kimlik doğrulamasının yanında görüntülü görüşme yapılan kişinin de doğrulanması gerekiyor. Bu kapsamda, görüşme yapılan kişinin yüzü ile kimlikteki fotoğraf biyometrik olarak karşılaştırılacak, kimliğin veriliş tarihi ile doğrum tarihinin tutarlılığı kontrol edilecek, psikolojik sorgulamalar ve gözlemlerle kimlik bilgilerinin, kişi tarafından paylaşılan bilgilerin ve belirtilen niyetin yeterli olduğu kanaati oluşturulacak.

Tespitin geçerlik koşulları, kayıtlar ve sürecin sorumluluğu...

Uzaktan kimlik tespitinde yukarıda ve tebliğ taslağında belirtilen asgari standartların sağlanamaması durumunda tespit sürecinin sona erdirilmesi gerekiyor. Benzer şekilde, aranan şartlarda, verilen bilgilerde tutarsızlık ya da işleme ilişkin sahtecilik veya dolandırıcılık teşebbüsünden şüphe edilmesi durumunda da süreç iptal edilecek.

Uzaktan kimlik tespiti sürecinin geçerli olarak tamamlanabilmesi içinse görüntülü görüşme sırasında kişiye özel olarak oluşturulan ve sadece ilgili işlem için geçerli olarak iletilen SMS OTP'nin kişi tarafından çevrim içi olarak uygulama arayüzü üzerinden geri gönderilmesi gerekiyor. Yapılan görüşmeye ilişkin kayıtlar sürecin tamamını kapsıyor; tüm kayıtlar bilgi ve belge saklama gerekliliklerini düzenleyen mevzuata uygun olarak saklanıyor.

Bahsedilen sürecin yürütümü, kimlik doğrulanmasının sağlanması gibi durumlar için sorumluluk bankaya ait. Banka yanlış tespit riskini en aza indirecek şekilde önlemler almak, süreçleri yürütmek, konuya ilişkin eğitimleri çalışanlarına aldırmak ve gerekli tüm güvenlik önlemlerini alarak kontrol mekanizması oluşturmakla yükümlü.

Taslak uyarınca tebliğin 1 Ocak 2021 tarihinde yürürlüğe girmesi bekleniyor.

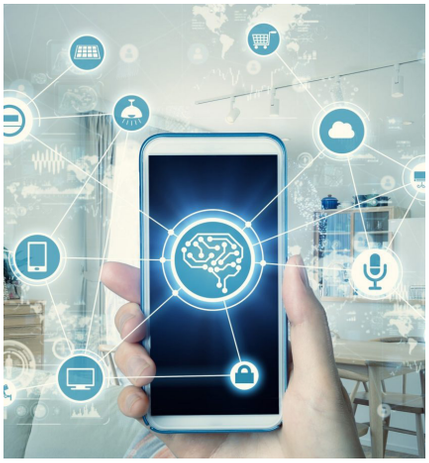
Özetle, bankalara uzaktan müşteri edinme imkanı sağlayan sistemin etkili ve güvenli şekilde kullanılması için gerekli önlemlerin alınması, eğitimlerin verilmesi ve bu şekilde hem banka hem de müşteri verilerinin korunması; internet uygulamalarıyla artan siber dolandırıcılık ve yasa dışı yollarla internet üzerinden veri elde edilmesi gibi durumların önüne geçilmesi amaçlanıyor.

Uyum sürecinin devam ettiği göz önünde tutulursa, öngörülen tüm bu düzenlemelerin yeterli olup olmayacağı konusunda şimdiden yorum yapmak zor. Uygulama devreye girip belli bir süre geçtikten sonra varsa eksiklikleri görebileceğiz. Bir nevi kervan yolda düzülecek.

Ödemelerin değişen yüzü

SERKAN ÇELİK
Paynet CEO'su

Yeni milenyum öncesinde dünyaya gelen X ve Y kuşakları için bakkala gidip ekmek aldığımız, para üstünün sakıza tevdi edilebildiği dönemler artık tatlı bir anı oldu. Son 20 yıllık dönemde alışveriş alışkanlıklarımız kadar ödeme şekillerimiz de bütünüyle yeni bir yüze kavuştu...



Yeni bin yıl, namı diğer milenyum, 1960'lı yıllarda atağa kalkan küresel teknoloji hamlesinin nimetlerini fazlasıyla gördüğümüz bir dönemi bizlere sunuyor. Yenilikçi bir iletişim protokolü olarak hayatımıza giren internet ve yenilikçi bir iletişim aracı olarak giderek küçülen cep telefonları sayesinde artık alıcılar (sensör) ve veriye dayalı bir yaşam sürdürüyoruz.

Tek bir uygulamayla dünyanın pek çok yerinde, o ülkenin dilini dahi konuşmadan taksiye binmek mümkün. Tatil boyunca hiç tanımadığımız bir insanın evinde konaklamak aynı derecede kolay. Küresel dil olarak kabul edilen İngilizce lisanında tek kelime dahi bilmeyen Çinliler, dünyanın neredeyse her yerinde bir QR kodla alışveriş yapabilme lüksünü yaşıyor. İnternet, ticareti servislere dönüştürmüştü, bu servisler artık birer uygulamaya evrildi ve cep telefonlarımızda yaşar hale geldi. Bu süreçte asli görevini hiç kaybetmeyen para kavramı ise artık neredeyse bütünüyle dijitalleşti ve görünmez bir hal aldı.

Bu öylesine güçlü bir dönüşüm ki 1955 yılında Fortune 500 listesindeki şirketlerin sadece 60'i 2017 yılında listedeki yerlerini koruyabildi. Bu şirketlerin ortak özelliği ise yenilikçi ve teknoloji odaklı bir strateji izlemeleri.

Kilit oyuncular

Bu dönüşümde iki temel oyuncu gözlemliyorum. İlki, yeni ticari iş modelleri geliştiren veya geliştirmek durumunda kalan sahadaki yeni ve mevcut geleneksel işletmeler. Örneğin bakkalların büyüyerek marketlere dönüştüğü ve sonrasında internet üzerinde dijitalleştiğine şahit olduk. Bunu başaramayanların akıbeti ise malum. Diğer yandan sürekli gelişen bu geleneksel iş modellerini farklı yaklaşımlarla kopyalayan uygulama tabanlı hızlı teslimat servislerinin sayısı her geçen gün artıyor.

İkinci kesimse biraz daha az görünen ama ilk kısım için hayati öneme sahip bir hizmet sağlayan oyuncular; finansal servis sağlayıcılar.

İster internet üzerinden olsun ister mobil bir uygulamadan; bir sepetin sipariş onayı her zaman bir ödeme işlemine bağlanmak zorunda. Nasrettin Hoca'nın dediği gibi "parayı veren düdüğü çalar" veya günümüz ifadesiyle "ödemeyi yapan siparişi geçer".

Kasım 2019'da Qualcomm tarafından IHS Markit'e yaptırılan bir araştırmaya göre, 5G teknolojisi 2035 yılında 13.2 trilyon dolarlık bir ekonomik çıktı yaratacak. Bu neredeyse tek başına ABD'nin bir yıllık tüketici harcamalarına (2018 yılında 13.9 trilyon dolar) veya Çin, Japonya, Almanya, Birleşik

1955'TEN 2017'YE DEK FORTUNE 500'DE YER ALMAYI BAŞARAN 60 ŞİRKET

3M	Dow Chemical	Marathon Oil
Abbott Laboratories	DuPont	McGraw Hill (now S&P Global)
Alcoa	ExxonMobil	Merck
Archer Daniels Midland	Freeport-McMoRan	Monsanto
Ashland	General Electric	Navistar
Avon Products	General Dynamics	NCR
Boeing	General Mills	Northrop Grumman
BorgWarner	General Motors	Owens Corning
Bristol-Myers Squibb	Goodyear Tire and Rubber	Owens-Illinois
Campbell Soup	Hershey	PepsiCo
Caterpillar	Honeywell International	Pfizer
CBS	Hormel Foods	Procter and Gamble
Celanese	IBM	Raytheon
Chevron	International Paper	Rockwell Automation
Coca-Cola	Johnson and Johnson	Sealed Air
Colgate-Palmolive	Kellogg	Textron
ConocoPhillips	Kimberly-Clark	United States Steel
Crown Holdings	Kraft Foods	United Technologies
Cummins	Lear	Weyerhaeuser
Deere	Lockheed Martin	Whirlpool

Krallık ve Fransa'da tüketicilerin toplam harcamalarına (2018 yılında 13.4 trilyon dolar) eşit. Bu ekonomik çıktının temelinde dijital dönüşüm ve ödeme teknolojileri yer alacak. Ödeme işlemleri bugün kullandığımız ve gördüğümüz uygulamaların çok ötesine ulaşan alanlara nüfuz edecek.

Basitliğin arkasındaki orkestrasyon mahareti

Temelde oldukça basit gibi görünen bir ödeme işleminde, "basitlik" kullanıcı açısından ne kadar önemliyse arka tarafta servi sağlayıcı için o denli "karmaşık ve güç" bir operasyon gerektiriyor. Tüketici ödemeyi yaptığı anda onun için geriye sadece teslimatını almak kalıyor. Ancak tedarikçi için ödemenin sistemine işlenmesiyle başlayan, vadesinin satış tipine göre belirlendiği, farklı komisyonların işletildiği, belli bir süre sonra banka hesabına ödemenin geldiği finansal bir zaman çizelgesi işliyor. Üstelik bu çizelgeye ek olarak mevcut operasyonlarını da yürütmesi gerekiyor. Eğer iş modeliniz bir bayi yapısı üzerinden işliyorsa, dağıtım kanallarınız bağımsız çalışıyorsa, B2B, B2C ve hatta pazaryeri gibi C2C yapılar iç içe geçiyorsa kaosu düzenlemek için orkestrasyon mahareti göstermeniz kaçınılmaz hale geliyor.

Stratejik bir karar almalısınız

İlk anda kulağa oldukça karmaşık gelse de endişe etmeye gerek yok, artık teknoloji sayesinde bu işlemlerin rahatlıkla üstesinden gelebiliyoruz. Ancak bir tercih yapmanız kaçınılmaz: Bu yükü kendiniz mi üstleneceksiniz, yoksa bir iş ortağıyla mı ilerleyeceksiniz? Kastettiğim, dijital dönüşümle görünmez hale gelen ödemeler dünyasında bu mahareti kendi başınıza sergileyebilir misiniz? Yoksa bir hizmet sağlayıcıyla mı çalışmalısınız? Dikkatli olun zira pek kolay olmayan stratejik bir cevap bulmalısınız. Üstelik sadece bir cevaba karar vermeniz de yeterli değil, stratejik bir yol haritanız da olmalı. Bu anlık değil yaşayan bir süreç; iş modelleri gelişmeye ve tüketici beklentileri ile işletme ihtiyaçları değişmeye devam ediyor. Endüstri 4.0 ve sonrasına dair dönüşüm ihtiyaçları artık doğrusal değil, çok yönlü ve çok boyutlu düşünmeyi gerektiriyor.

Arena Bilgisayar tam bu dönüşümün başladığı yeni milenyumun ilk günlerinde bu geleceği maharetle öngörmeyi başarmış ve temelde kendi ihtiyaçlarını çözmek üzere Paynet'i kurmuştu. 2015 yılına dek öylesine çok tecrübe kazandık ve çözümlerimiz o kadar profesyonel hale geldi ki artık bu deneyimi ve tecrübeyi başkalarıyla da paylaşmak üzere Paynet Ödeme Hizmetleri A.Ş'yi kurduk. 2016 yılında BDDK'dan yasal lisansımızı aldık.

Görünmez hale gelen ödemelerde online tahsilattan bayi yönetim ağına kadar ihtiyaç duyulan tüm karmaşık süreçleri yönetebildiğimiz, servis olarak sunabildiğimiz bir altyapımız var. Bu yazının amacı sizlere Paynet çözümlerini anlatmak değil; aksi takdirde bir makale değil bir kitap yazmak gerekecekti ama paranın A noktasından çıktığı yolda B noktasına ulaşana dek geçirdiği macerada tüm müşterilerimiz için eksiksiz deneyimleri yaşatabilmenin gururunu taşıyoruz.

Sizler de kaçınılmaz olarak bu yükün altına girmeli veya doğru bir iş ortağı bulmalısınız. Zira müşterilerinizin beklentisi çok basit: Görünmez bir ödeme deneyimiyle daha kolay ve konforlu ticari ilişkiler kurmak.

Finans ve teknoloji dünyasının Oscar'ları için geri sayım başladı

Finans ve teknoloji sektörünün inovatif projeleri, PSM AWARDS 2020'nin "Yenilik", "Yaratıcılık" ve "Sosyal Fayda" bölümlerindeki 11 kategoride "Altın PSM", "Gümüş PSM", "PSM Başarı Ödülü" ve "PSM Büyük Ödülü" için yarışacak...

PSM PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE 2020

Kuruluşundan bu yana ödeme endüstrisinin beklentilerine cevap veren katma değerli işleriyle sektörün nabzını tutan PSM, bu yıl da inovatif projeleri ödüllendirmeye hazırlanıyor. PSM AWARDS; finansal kuruluşların, finansal teknoloji şirketlerinin ve bu sektörlere çözüm sağlayarak ortak proje geliştiren şirketlerin inovatif projelerini öne çıkarıyor, sektördeki yaratıcılığı teşvik edip başarı olanları ödüllendiriyor. PSM AWARDS 2020'nin kazananları, aralık ayında yapılacak ödül töreninde açıklayacak.

Sektör yarışıyor, yazılımcı olmak isteyen gençler kazanıyor

PSM Ödülleri her yıl olduğu gibi bu yıl da bir sosyal sorumluluk projesi olarak devam ediyor. Katılımcılar bir yandan ödüller için yarışırken bir yandan da yazılım alanında gelişmeye istekli gençleri destekleyerek önemli bir sosyal sorumluluk projesine iştirak ediyor. Önceki yıllarda sırasıyla "Yarını İnşa Et" ve KızCode sosyal girişimini destekleyen yarışmacılar, bu kez başvuru ücretleriyle yazılımcı gençlere destek olacak.

11 kategoride "Altın", "Gümüş", "Başarı" ve "Büyük Ödül" dağıtılacak

Geçen yıl 34 ödülün dağıtıldığı PSM Ödülleri'nde yarışmacılar bu yıl "Yenilik", "Yaratıcılık" ve "Sosyal Fayda" bölümlerindeki 11 kategoride "Altın PSM", "Gümüş PSM", "PSM Başarı Ödülü" ve "PSM Büyük Ödülü" için yarışacak. 15 Kasım Pazar gününe kadar devam edecek yarışmaya www.psmawards.com üzerinden başvurulabilir.

KİMLER BAŞVURABİLİR?

- PSM Ödülleri, finans ve teknoloji alanındaki KOBİ ve büyük ölçekli işletmelerin yanı sıra startup'ların da başvurusuna açık.
- Bankalar, FinTek'ler, sigorta şirketleri ve finans kuruluşlarıyla işbirliği yapan, ortak proje yürüten diğer sektörlerden (yazılım, bilişim, telekomünikasyon, perakende...) şirketler, ödeme kuruluşları, e-ticaret siteleri ile güvenli donanım üreticileri, PSM Ödülleri'ne tüm kategoriler için başvuru yapabilir.

YARIŞMA TAKVİMİ

Proje uygulama dönemi:	1 Ocak 2019 - 15 Kasım 2020
Başvuru dönemi:	1 Eylül - 15 Kasım 2020
Online jüri değerlendirmesi:	18 Kasım 2020
Jüri değerlendirme toplantısı:	21 Kasım 2020
Ödül töreni:	Aralık 2020

PSM AWARDS 2020 BÖLÜM VE KATEGORİLERİ

Yenilik
- En İnovatif Ürün, Hizmet, Proje
- Yenilikçi Müşteri Etkileşimi ve Deneyim
- Kurum İçi İnovasyon
- En İyi Altyapı
- Dijital Dönüşüm

Yaratıcılık
- Yılın Teknoloji Sağlayıcısı
- Yılın Ekibi
- Yılın Startup'ı
- En İyi Tutundurma, Pazarlama Başarısı

Sosyal Fayda
- Sosyal Sorumluluk
- İnovatif Hızlandırma ve Kuluçka Programları

NASIL BAŞVURABİLİRİM?

- Yarışma için başvurular online olarak www.psmawards.com'dan yapılabilir.
- Pazara sunulmuş bir veya birden fazla ürün ve/veya hizmetle başvurulabilir.
- Pilota çıkmış projeler için başvuru yapılabilir. Uygulamaya geçmemiş, tamamen proje aşamasında olan başvurularsa değerlendirmeye alınmayacak.
- Birden fazla kategori için başvuru yapılabilir. Ancak her başvuru için ayrı form doldurulması gerekiyor.

PSM Ödülleri'ne başvurmak ve organizasyon hakkında detaylı bilgi almak için psmawards.com'u ziyaret edebilirsiniz.

Yılın Yıldızları
PSM AWARDS'ta buluşuyor

Yıkıcı teknolojiler, yaratıcı
girişimler, yenilikçi projeler
bu yıl TRANSFORMASYON ana
temasıyla sahneye çıkıyor

Başvuru dönemi: 1 Eylül | 15 Kasım 2020
Başvuru: psmawards.com

AUSTRIACARD'dan yeni nesil dijital çözümler

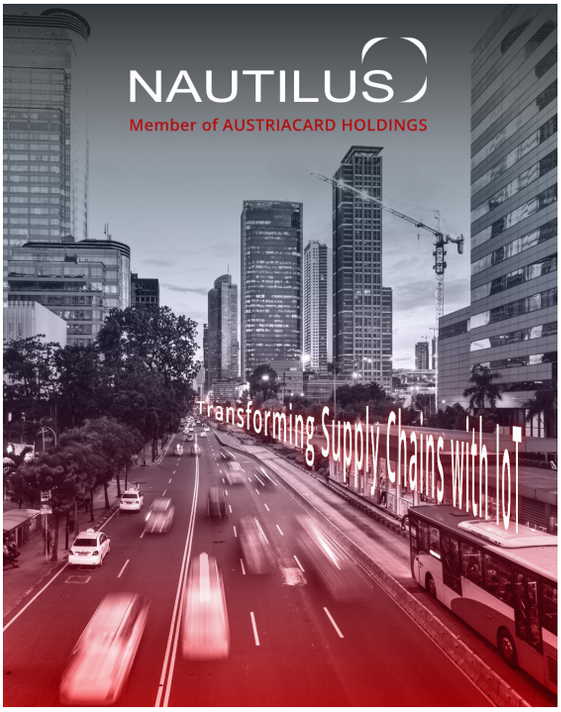
Küresel nesnelerin interneti (IoT) pazarının 2025'te 1.5 trilyon dolara ulaşacağı öngörülüyor. Austriacard Türkiye (ACT) de akıllı bilgi teknolojileri konusundaki uzmanlığını IoT projelerine taşıyarak cihazlar arası iletişimi daha akıllı hale getiriyor. Burak Bilge, "Birçok alana hitap eden ürünlerimizin özellikle lojistik, gıda ve değerli taşımaya ihtiyaç duyan sektörlerde öncelikli yer bulacağını öngörüyoruz" diyor...

Finans, ödeme sistemleri, perakende ve kamu sektörlerine yüksek güvenlikli ürün ve hizmetler sunan AUSTRIACARD HOLDINGS, 2008 yılında başlattığı yatırımlar doğrultusunda yeni nesil dijital ürün ve çözümlerini piyasalara sunmaya devam ediyor. Austriacard Türkiye'nin (ACT) de 2021 yılından itibaren yoğun şekilde satışını hedeflediği nesnelerin interneti (IoT) çözümleri sayesinde daha akıllı varlık yönetimi ve gelişmiş uzaktan izlemenin yanı sıra Kovid-19 salgını sonrasında ortaya çıkacak kalabalık ortamların takibi ve yönetimi de (crowdmanagement) mümkün olacak.

Austriacard Türkiye Genel Müdürü Burak Bilge, "ACT olarak ödeme sistemleri sektöründe son yıllarda hızla ve gelişen bir ivmeyle müşteri ve hizmet ağımızı genişlettik. Şimdi holdingimizin de stratejisi doğrultusunda dijital dünyaya yönelik ürün ve hizmet satışına ağırlık vermeye hazırlanıyoruz. Bunun için gerek insan kaynağı gerekse teknik olarak yapılması gereken düzenlemeler üzerinde holdingimizin yeni yatırımı NAUTILUS markası altındaki Ar-Ge ekipleri ve konusunda uzman çözüm ortaklarımızla yaklaşık 1 yıldır yoğun şekilde çalışıyoruz" diyor.

Burak Bilge

Bilge, yeni ürün ve hizmetlerin sağlayacağı faydaları da şöyle anlatıyor: "Çalışmalarımızla öncelikle Türkiye'deki hedef pazarların istek ve ihtiyaçlarını analiz etmeye, uygun çözümleri geliştirerek konumlandırmaya çalıştık. Araştırmalara göre küresel düzeyde IoT pazarının 2018 yılı büyüklüğü 150 milyar dolar. Bu tutarın 2025'e kadar 10 kat büyüyeceği öngörülüyor. Kovid-19 ile beraber dijital uygulamalara geçiş trendinin daha hızlandığı ve farklı alanlarda da yeni iş fırsatları doğurduğunu görüyoruz. Bu doğrultuda akıllı bilgi teknolojileri konusundaki uzmanlığımızı günümüzün popüler konusu olan IoT projelerine taşıyarak cihazlar arası iletişimi daha akıllı hale getiriyoruz. Birçok alana hitap eden ürünlerimizin özellikle lojistik, gıda ve değerli taşımaya ihtiyaç duyan sektörlerde öncelikli yer bulacağını öngörüyoruz. Türkiye'de perakende sektöründeki birkaç önemli kurumla birlikte yakın zamanda saha denemelerine başlayacağımız ürünlerimiz; değerli envanter takibini ve güvenliğini uzaktan sağlama, gerçek zamanlı izleme ve olumsuz durumlara anlık müdahale imkanı sunacak. Kullanıcı dostu web arayüzü ve mobil portaller sayesinde bu ürünleri kullanmayı tercih edecek firmalara; problem yaşanmadan önlem alma, istenmeyen durumların önüne geçerek finansal kayıpları engelleme, mevcut çalışma sisteminin verimliliğini ölçme, iyileştirmeler için yol haritası çıkarma gibi birçok faydalı özellik sunuyor olacağız."



Ayrıca COVID19 sonrası ortaya çıkan kalabalık ortamların yönetimi konusunda da yine akıllı bilgi teknojileri konusunda uzman çözüm ortağımızla beraber statik ortamların yanısıra toplu ulaşım araçları gibi dinamik ortamlarda da kullanılacak bir çözüm geliştirmek için çalıştıklarını sözlerine ekliyor.

Ödeme sistemlerinde aradığınız ne varsa **teknolojinin lideri Verifone'da!**

30 milyon kurulu cihaz ve tüm dünyada milyarlarca mutlu müşterisiyle ödeme sistemleri lideri Verifone, geliştirdiği yeniliklerle işinizi kolaylaştırmaya ve size kazandırmaya devam ediyor.

Günlük, olağan ödeme işlemlerini işletmeniz için yeni nesil alışveriş fırsatlarına dönüştüren Verifone, yazarkasadan POS'a farklı ödeme sistemleriyle tüm zorlu süreçlerde iş ortağınız olarak yer alıyor ve çözümler üretiyor.

www.verifone.com.tr
pazarlama@verifone.com

Verifone®

“Duygusal zekası yüksek işletmeler farklılaşacak”

TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) verilerine göre kadınların genel istihdama katılım oranı yüzde 30’un altında. Oysa adrese dayalı son nüfus kayıtlarına göre Türkiye’de toplam nüfusun yüzde 49.8’i kadınlardan oluşuyor. 20 yıla yakın bir zamandır teknoloji sektöründe çalışan ve mayıs ayında Paynet’e transfer olan Serra Yılmaz, ekonomik büyüme ve ilerleme için nüfusun yarısını oluşturan kadınların istihdama katılımını artırmanın önemli bir etken olduğunun altını çiziyor. Bu doğrultuda bilişim sektöründe çalışan ve çalışmak isteyen kadınlara yönelik faaliyetlere katılarak çözümün bir parçası olmaya özen gösteriyor, kariyerinin başındaki kadın yönetici adaylarına mentorluk yaparak “sektöründe fark yaratan kadınlar” listemize giriyor.
İşte önüne çıkan engelleri basamak gibi görüp kariyerinde bir sonraki aşamaya geçen Yılmaz’ın başarı dolu zirve yolculuğu...

Zirve Sohbetleri

Tülin Çakmak

tcakmak@psmmag.com

Serra Yılmaz Paynet CMO’su

Serra Yılmaz kimdir? Paynet ile kesişen kariyer öykünüzü dinleyebilir miyiz?

İstanbul Teknik Üniversitesi Matematik Mühendisliği ve Işık Üniversitesi Yüksek Lisans Yönetim Bilişim Sistemleri bölümleri mezunuyum. 20 yıla yakın bir süredir içinde bulunduğum teknoloji sektöründe faaliyet gösteren birçok yerli ve uluslararası şirkette satış ve pazarlamadan sorumlu üst düzey yönetici olarak görev aldım. Mayıs 2020 itibarıyla da Paynet Ödeme Hizmetleri’ne Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı (CMO) olarak transfer oldum.

Sürekli gelişmeyi ve verimliliği artırmayı ilke edinerek liderlik ve proje yönetimi programlarına katıldım; “Lean Six Sigma Yeşil Kuşak Sertifikası” aldım. Turkish WIN ve Wtech derneklerinin aktif üyesiyim. Bu topluluklar içinde özellikle bilişim sektöründe çalışan/çalışmak isteyen kadınlara yönelik faaliyetlere katılıyor, gelecek dönem yönetici adaylarına mentorluk çalışmalarını da mutlulukla yürütüyorum.

Paynet öncesinde, Arena Bilgisayar iş ortaklarından BNK Grup’un genel müdürlüğü görevini yürütüyordum. Bu esnada Serkan Çelik ile tanışma fırsatım oldu. Serkan Bey

Paynet ile ilgili vizyonundan, mevcut başarı hikayelerinden ve yeni başarı hikayeleri yazmak üzere planlarından bahsettiğinde çok heyecanlandım. Böylece Mayıs 2020 itibarıyla Paynet ailesine katıldım.

Kariyer yolculuğunda önünüze çıkan engelleri nasıl aştınız?

Yaptığım işlerden her zaman keyif aldım. Öncelikli olarak sevilen bir rol, içinde olmaktan keyif alınan bir organizasyon ve gelişen bir sektörde çalışmanın çok önemli olduğuna inanıyorum. Eğer yetkinlikleriniz de bulunduğunuz rol ile örtüşüyorsa ideal ortamdasınız demektir. Geriye kendinizi ve içinde bulunduğunuz ortamı ileriye taşımak için çok çalışmak ve biraz özverili olmak kalıyor. Ben bu süreçte önüme çıkan her engeli bir öğrenme fırsatı ve basamak olarak gördüm, kendimi o konuda geliştirme yönünde adım attım. Sonuç olarak bu engeller basamaklara dönüştü ve beni kariyerimde bir sonraki aşamaya taşıdı.

Kadınların sektöre ne gibi farkındalıklar kattığını düşünüyorsunuz?

Araştırmalar, tipik bir erkek beynindeki sinir bağlantılarının, beynin aynı lobundaki ön ve arka tarafları arasında kurulduğunu; tipik bir kadın beyninde ise sinir bağlantılarının daha ziyade sağ ve sol loblar arasında, bir taraftan diğer tarafa doğru dizildiğini gösteriyor. Erkekler motor becerilerinde, kadınlarsa duygusal zeka tarafında öne çıkıyor. Başarılı işletmelerde her iki yetkinliğe de eşit fırsat verildiğini gözlemliyoruz.

Endüstri 4.0 sonrası otomasyonun artmasıyla birlikte, duygusal zekası yüksek işletmeler farklılaşacak ve kendi sektörlerinde lider konuma gelecek. Kadınları önümüzdeki dönemde çok güzel fırsatlar bekliyor!

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

Ya sevdikleri işi yapsınlar ya da yaptıkları işi sevsinler.

Kadının iş hayatında güçlenmesi ve sektörde daha fazla yer alması için neler önerirsiniz?

TÜİK verilerine göre toplam istihdamdaki 7 milyon 325 bin üniversite mezunu çalışanın yüzde 39'u kadın, yüzde 61'i erkek. Kadınların genel olarak istihdama katılımı ise yüzde 30'un altında. Oysaki adrese dayalı son nüfus kayıtlarına göre Türkiye'de toplam nüfusun yüzde 49.8'ini kadınlar oluşturuyor. Nüfusun yarısını oluşturan kadınların istihdama katılımını artırmadan ekonomik büyüme ve ilerleme sağlamanın mümkün olmayacağını düşünüyorum.

Tabii eskiye oranla daha fazla kadın, başarılı bir kariyer için hızla gelişen teknoloji sektörünü tercih ediyor. Buna rağmen kadınlar teknoloji sektöründe hâlâ erkeklere oranla çok daha az orana sahip.

Türkiye'de üniversite mezunu kadınlarımızın bile ailevi sebepler, eşinin izin vermemesi gibi etkenlerle iş hayatına atılmadığını gözlemliyoruz. Kadınlara ilk tavsiyem, mevcut maddi koşullarından ve medeni durumlarından bağımsız olarak, mutlaka iş hayatında yer almaları. Günümüzde benim de içinde bulunduğum Turkish WIN ve Wtech gibi pek çok dernek ve organizasyon var. Bu organizasyonlarda kadınlar ağırlıklı olarak hemcinslerine eğitim vererek, danışmanlık ve mentorluk yaparak destekliyor. Yatırımcı kadınlar için ayrı organizasyonlar, iş hayatına farklı nedenlerle ara vermiş kadınların yeniden işe hayatına dahil olması için çalışan dernekler de var. Dolayısıyla yaptıkları iş veya eğitimiyle ilgili tutkusu olan kadınlar için pek çok fırsat var. Kadınların tutkuyla yapacağı işi bulmaları ve peşinden gitmeleri yeterli.

2020 yılını Paynet açısından değerlendirir misiniz? 2021 için yeni hedefler neler?

Paynet, kuruluşundan bu yana hızlı ve kesintisiz bir büyüme performansı gösteriyor. Toplam tahsilat hacmi her yıl ortalama yüzde 80 civarında artış gösteriyor. Bu yıl için 4 milyar TL işlem hacmi hedefimiz var. Benim de Paynet'e katılmamla birlikte organizasyonumuzu büyüttük.

Diğer finansal teknoloji kurumlarından farklı olarak B2B ve B2B2C operasyonlarına odaklanıyoruz. Fiziksel dünyadaki müşteriler ile kurumlar arasındaki ödeme sürecini tamamen dijitalleştiren ve nakit akışını hızlandıran bir iş modelimiz var. Hem e-ticaret hem de perakendede satış yapan ve buradan son kullanıcıya ulaşırken bayi ağı olan kurumların, son kullanıcı ödeme deneyimlerini ve bayi ağı tahsilatlarını tek bir platform üzerinden sunuyoruz.

Birçok banka ve teknoloji iş ortağımızla birlikte yeni ürün ve çözümler geliştiriyoruz. Yakın dönemde sektörde bir ilk olacak uygulamaları piyasaya sürerek B2B ve B2B2C alanındaki lider konumumuzu sürdürmeyi hedefliyoruz. Önümüzdeki dönemde sanal POS dışında ek finansal çözümleri ve farklı müşteri deneyimleri destekleyeceğimiz yeni uygulamalarla, çalıştığımız kurumların büyümesine destek olmaya devam edeceğiz. Elbette tüm bu geliştirmeleri yaparken hizmet verdiğimiz işletmelere, birlikte çalıştığımız bankalara ve iş ortaklarımıza verdiğimiz güven ve müşteri memnuniyetini en üst seviyede tutmak önceliğimiz olacak.

Salgınla birlikte Paynet'te neler değişti?

Kovid-19 aslında bir bakıma dijital dönüşüm için katalizör işlevi gördü. Yıllardır konuştuğumuz dijital dönüşüm konusunda farkındalık ve yatırımlar arttı. Finansal teknolojiler de bu dönüşümün en kritik noktalarından biri. Yine bu dönemde değişen müşteri ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik yeni ürün ve çözüm geliştirme çalışmalarımız hızlandı. Şu anda çok yoğun bir çalışma programı içerisindeyiz.

16 Mart itibarıyla tüm ekip olarak evden çalışma düzeninde müşterilerimize kesintisiz ve güvenli bir hizmet vermeye devam ediyoruz. Gerek zaten hazır olan teknik alt yapımız, gerekse genç ve değişime açık çalışma kültürümüz sayesinde bu süreçte hizmetlerimizde en ufak bir aksaklık yaşanmadı. Yakın çalıştığımız bankalar ve teknoloji iş ortaklarımız da benzer bir çalışma yaklaşımı sergiliyor.

Serra Yılmaz annesi ile birlikte gittiği Phuket Adası, Tayland seyahatinden büyülenmiş, en kısa sürede seyahatlerine tekrar başlamak istiyor.

Dijitalleşmeyle birlikte artan saldırılar nedeniyle BT ve bilgi güvenliği konuları öne çıkıyor. Şubat 2020'den bu yana "oltalama" (phishing) saldırıları yüzde 600, fidye yazılım (ransomware) saldırıları da yüzde 148 artmış. Artmaya da devam edecek gibi görünüyor. Paynet olarak bu konuda sıklıkla eğitimler düzenliyoruz. Şirket içerisinde "önce güvenlik" prensibini ve kültürünü oluşturduk. Bu kültürü ürün geliştirme çalışmalarımız esnasında da titizlikle uyguluyoruz.

Finansal teknoloji rekabetin yoğun ve zorlu olduğu bir sektör. Bir yandan çalışanların üretkenliğini artırırken bir yandan da yenilikçi ürünler geliştirmeniz, finansal teknolojiyi çok yakından takip etmeniz ve aynı zamanda mimarinizi riski önlemek, saldırı yüzeyinizi küçültmek, sürdürülebilir olmak için tasarlamanız gerekiyor. Paynet gibi hızlı büyüyen şirketler, kurdukları esnek ve dinamik mimari yapı sayesinde her geçen gün değişen tehdit alanlarında güvenliği sağlayabilmek için avantaj sağlıyor. 2021'de de bu alanda sürekli eğitim ve yatırımlarımıza devam edeceğiz.

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

Dürüst olmak gerekirse salgın sürecini kişisel gelişim anlamında çok iyi değerlendiremedim. 4 Mayıs itibarıyla Paynet'e katıldıktan sonra çok yoğun bir tempoyla işe başladım. Finansal teknolojilere ilgi yüksek ve her geçen gün bu konuda ya regülatif ya da teknolojik bir gelişmeyle karşılıyoruz. Vaktimi daha çok küresel ve lokal gelişmeleri yakından takip edebilmek üzere planlıyorum.

Ancak salgın döneminde herkes gibi evde yemek yapma konusunu zorunlu olarak geliştirdiğim söylenebilir. Genel olarak hem çok okumayı hem de çok gezmeyi severim. Yeni bir yer görüp keşfetmek veya yeni bir kitapla ufkumu açmak bana her zaman heyecan verir. Evde kaldığımız bu dönemde ne yazık ki seyahatlerim durdu. Ben de güzel bir kitap, iyi kurgulanmış bir film, kaliteli müzik ve yeni yemek tarifleriyle kendime vakit ayırıyorum. Bulduğum ilk fırsatta da sosyal mesafeyi koruyarak yakınlarım ve sevdiklerimle vakit geçirmeye çalışıyorum.

EŞYALARINIZI 79 LİRAYA SİGORTALATMANIZ İÇİN

SUDAN BİR SEBEP:

KAPINIZA KADAR GELEN BİR NEDEN:

SICACIK BİR SEBEP:

Ziraat'e gelin, yılda sadece 79 TL'ye
Eşya Paket Sigortası yaptırın.
Sel, hırsızlık, yangın gibi birçok risk karşısında
eşyalarınızı güvence altına alın.

Ziraat Sigorta
Güvenceniz için daha fazlası

0850 222 97 00
Müşteri İletişim Merkezi
www.ziraatsigorta.com.tr

Ziraat Sigorta, Ziraat Finans Grubu Üyesidir.

/ziraatsigorta

BKM BANKALARARASI KART MERKEZİ

KATKILARIYLA

Her 5 kartlı ödemenin 2'si banka kartlarıyla yapıldı

Ağustos ayında kartlı ödeme tutarı geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 22 artışla 102 milyar TL'ye ulaştı. En fazla kartlı ödeme artışı elektronik eşya, yapı malzemeleri ve mobilya/dekorasyon sektöründe gerçekleşti. Banka kartları ödemelerin vazgeçilmez bir aracı olmaya devam etti...

TABLO 1

Türkiye'de 176 milyon adet banka kartı kullanılıyor

Bankalararası Kart Merkezi (BKM) verilerine göre, ağustos ayı sonunda Türkiye'de 72.6 milyon adet kredi kartı, 176 milyon adet banka kartı kullanılıyor. 2019 yılının ağustos ayıyla kıyaslandığında kredi kartı sayısında yüzde 6'lık, banka kartı sayısında ise yüzde 11'lik artış görülüyor. Toplam kart sayısı ise 248.6 milyon adede ulaşarak geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 9 oranında artış gösterdi.

Kart sayıları (Milyon adet)

	2019 Ağustos	2020 Ağustos	Değişim
Banka kartı	159	176	% 11
Kredi kartı	68.2	72.6	% 6
Toplam	227.2	248.6	% 9

TABLO 2

Kartlı ödemelerde yüzde 22 artış görüldü

BKM verilerine göre, banka kartları ve kredi kartlarıyla ağustos ayında toplam 101.6 milyar TL'lik ödeme yapıldı. Bu tutarın 83.8 milyar TL'si kredi kartlarıyla ödenirken, 17.8 milyar TL'sinde banka kartları kullanıldı. Banka kartıyla yapılan ödemelerde bir önceki yılın aynı dönemine göre büyüme oranı yüzde 44 olurken, kredi kartıyla yapılan ödemelerde ise bu oran yüzde 18 olarak gerçekleşti. Toplam kartlı ödemeler büyümesi ise yüzde 22 oldu.

Kartlı ödeme tutarı (Milyar TL)

	2019 Ağustos	2020 Ağustos	Değişim
Banka kartı	12.4	17.8	% 44
Kredi kartı	71.2	83.8	% 18
Toplam	83.6	101.6	% 22

TABLO 3

Her 5 kartlı ödemeden 2'si banka kartlarıyla gerçekleşiyor

Geçmişte "maaş kartı" olarak adlandırılan ve sadece para çekmek için kullanılan banka kartları günümüzde ödemelerin vazgeçilmezi olmaya devam ediyor. Bugün internetten yapılan ödemelerden simit, kahve, ulaşım gibi mikro ödemelere kadar tüm ödemelerde banka kartlarının kullanıldığı görülüyor. Ağustos ayında banka kartlarıyla 225 milyon adet ödeme yapılırken toplam ödemelerin yüzde 37'sinde banka kartları kullanıldı. 10 yıl önce her 10 kartlı ödemeden 1'i banka kartlarıyla gerçekleşirken, bugün gelinen noktada her 5 kartlı ödemeden 2'si artık banka kartlarıyla yapılıyor.

Banka kartlarıyla yapılan ödeme adedi ve toplam içindeki payı	2010 Ağustos	2015 Ağustos	2019 Ağustos	2020 Ağustos
Banka kartlarıyla yapılan ödeme (Milyon adet)	18	77	180	225
Banka kartlarıyla yapılan ödemelerin toplam kartlı ödeme adedi içindeki payı	% 10	% 23	% 33	% 37

EXTRE

TABLO 4

Kartlı ödemelerin en hızlı arttığı sektör elektronik eşya oldu

Kartlı ödemelerde, 2020 yılının ağustos ayında geçen yılın aynı dönemine göre en fazla artışın hangi sektörlerde gerçekleştiği detaylı incelendiğinde, "elektronik eşya"nın yüzde 78 ile en fazla artış gerçekleşen sektör olduğu görüldü. "Yapı malzemeleri" yüzde 49, "mobilya/dekorasyon" yüzde 33, "market-gıda" yüzde 28 ve "sağlık/kozmetik" yüzde 27 büyümeyle kartlı ödemelerde en fazla artış görülen diğer sektörler arasında yer aldı.

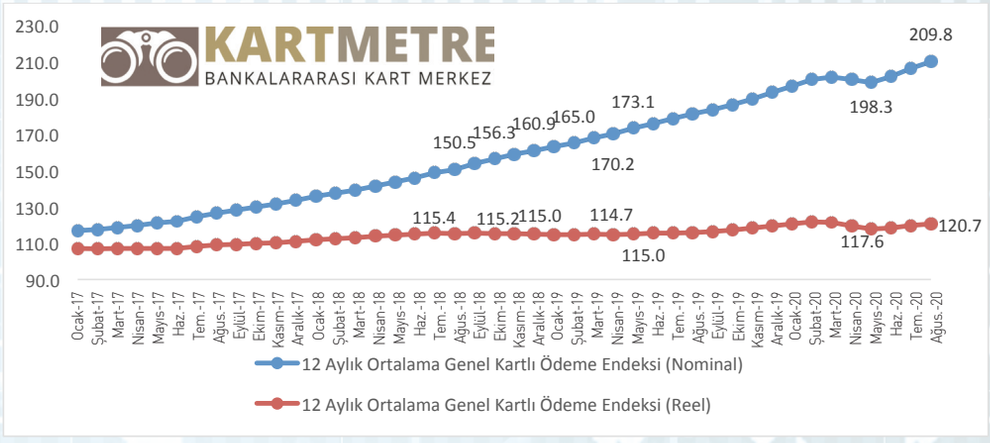
En fazla kartlı ödeme artışı görülen sektörler

Sektör bazında kartlı ödeme tutarı (Milyar TL)	2019 Ağustos	2020 Ağustos	Değişim
Elektronik eşya	4.4	7.7	% 78
Yapı malzemeleri	3	4.5	% 49
Mobilya/Dekorasyon	2.7	3.5	% 33
Market-Gıda	22.1	28.3	% 28
Sağlık/Kozmetik	3.2	4.1	% 27

BKM KARTLI ÖDEME ENDEKSİ (KARTMETRE)

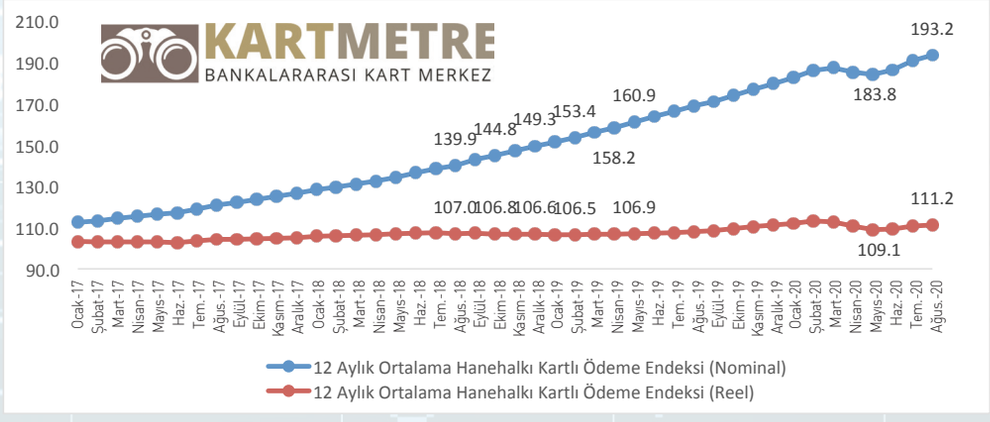
12 Aylık Ortalama Genel Kartlı Ödeme Endeksi

Genel Kartlı Ödeme Endeksi'nin 12 ay hareketli ortalama gelişimi incelendiğinde ağustos ayında 1 yıl öncesine göre nominal olarak yüzde 15.9, reel olarak ise yüzde 4.2'lik büyüme gözlemleniyor.



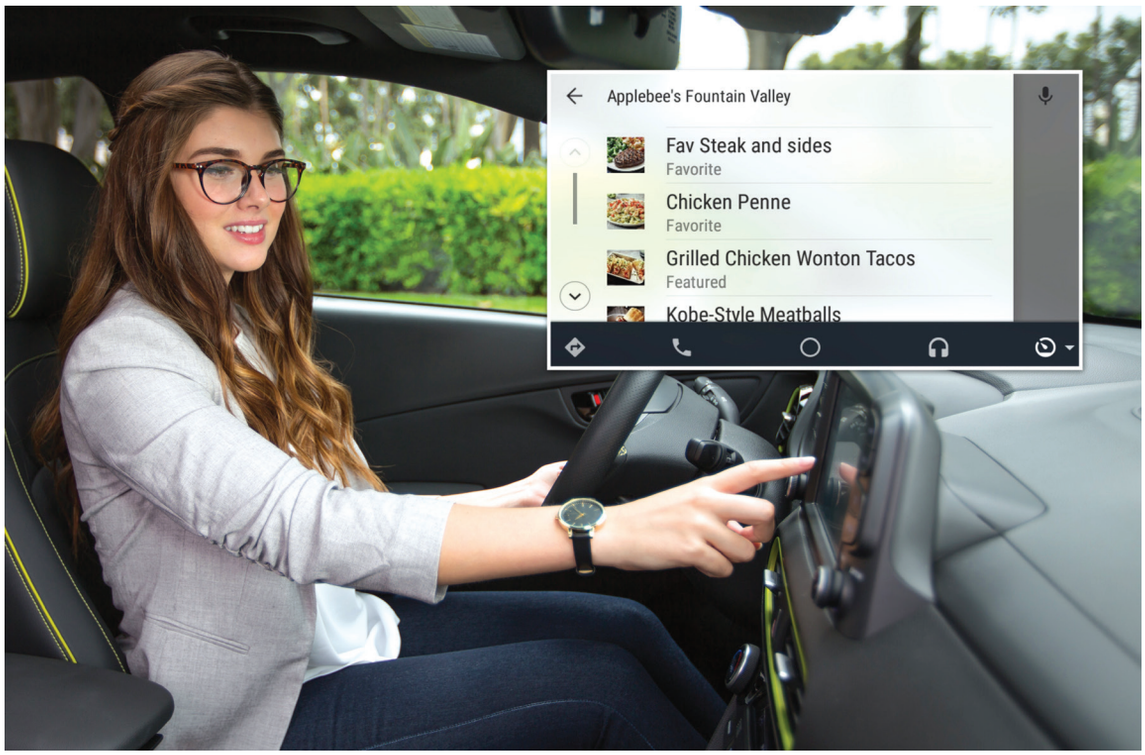
12 Aylık Ortalama Hanehalkı Kartlı Ödeme Endeksi

Hane Halkı Kartlı Ödeme Endeksi'nin 12 ay hareketli ortalama gelişimi incelendiğinde ağustos ayında 1 yıl öncesine göre nominal olarak yüzde 14.5, reel olarak ise yüzde 3'lük büyüme gözlemleniyor.



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

Araç içi ödemelerin hacmi 2025'te 86 milyar dolara çıkacak



Halen yıllık hacmi 1 milyar dolar civarında olan araç içi ödeme pazarını parlak günler bekliyor. Juniper Research tarafından yapılan araştırma, bu tutarın 2025 yılında 86 milyar dolara ulaşacağını gösteriyor. Şimdilik ödemelerde aslan payını akaryakıt, park yeri ve elektrikli araç şarjı alıyor. Yeni işbirlikleriyle e-ticaret de artık otomobil içinde yapılacak...

Juniper Research tarafından yapılan bir araştırmaya göre 2025 yılında araç içinde yapılan ödemeler 86 milyar dolara ulaşacak. Bu yılın ilk 9 ayında araç içinde yapılan ödemeler 543 milyon dolar oldu. Yıl sonuna kadar 1 milyar dolara ulaşacağı öngörülüyor. Bu da sektördeki hızlı büyümenin başladığına işaret ediyor.

Halen araç içi ödemelerin yüzde 80'i akaryakıt ve elektrikli araç şarjı için harcandı. Ancak insanlar araçlarından çıkmadan yapacağı gıda ve içecek alışverişleri için 10 milyar dolarlık ödeme yapabilir.

Araç içi işlemler aracın yerleşik sistemleri aracılığıyla mevcut ödeme sürecini otomatikleştirip basitleştiriyor, sürücüler için daha fazla kolaylık sağlıyor.

Rapor, bu çarpıcı büyümenin, özellikle yakıt ve akıllı park segmentlerinde hizmetlerin kullanılabilirliğini artıran ortaklıklar tarafından yönlendirileceğini vurguluyor. Bu hızlı büyümeyi desteklemek için ödeme sağlayıcıların tokenizasyon yoluyla güvenlik ve dijital cüzdanlarla entegrasyon sağlaması bekleniyor. Bu da ancak farklı sektörler arasındaki işbirliğinin ekosistemlere dahil edilmesiyle mümkün olacak.

Wall Street Journal'ın haberine göre rapor bazı işbirliklerinden bahsediyor. Örneğin Honda Motor ve Visa

arasındaki işbirliği, kullanımı kolaylaştırıp uygulamanın yaygınlaşması için önemli adımlar atılmasını sağladı.

12 milyon dolar, 5 yılda 11 milyar olacak

Raporu hazırlayan uzmanlara göre bu tür unsurlar, araç içi ödemelerin uygulanabilir bir kanal olarak oluşturulmasında kritik öneme sahip. Göz ardı edilmesi halinde ise beklenen büyüme zora girebilir. Araştırmanın yazarlarından Nick Maynard, "Akaryakıt ve şarj, şu an için araç içi ödemelerin benimsenmesini hızlandıran başlıca etkenler. Daha hızlı büyüme içinse endüstri katılımcıları entegrasyonu ve kullanılabilirliği artıran işbirliğine dayalı çerçeveler oluşturmaya odaklanmalı" diyor.

Araştırma, "ses ile ticaretin" araç içi pazarında önemli bir destekleyici faktör olacağını ortaya koyuyor. Sesli asistanlar sadece akıllı telefon yoluyla değil, araç sistemlerine daha fazla entegre olarak sürücülerin e-ticaret alışverişlerini direksiyonun arkasından sorunsuz bir şekilde yapmalarını sağlayacak. Bu da e-ticaret, yiyecek ve içecekler dahil olmak üzere diğer araç içi ödemeleri 2020'deki 12 milyon dolar seviyesinden 2025'te 11 milyar doların üzerine çıkaracak.

İngiliz bankaları FinTek'lerle işbirliği için taahhüt imzaladı

Birleşik Krallık'ın en büyük bankaları FinTek'lerle işbirliğini geliştirmek için hükümet destekli bir taahhüt imzaladı. Barclays, HSBC, Lloyd's, NatWest ve Santander taahhütnameyi ilk imzalayanlar arasında yer alıyor. Söz konusu taahhüt, bankalar ve FinTek firmaları arasında verimli ve şeffaf ticari ortaklıklar kurmaya yardımcı olarak sektörü canlandırmayı hedefliyor.

İngiltere Hazine Bakanı John Glen, konuyla ilgili yaptığı açıklamada, "Birleşik Krallık bir FinTek şirketini kurmak ve büyütmek için dünyadaki en uygun yer. Ekonomimiz düzelirken bu durumu devam ettirmede kararlıyız. Bu doğrultuda önde gelen bazı bankalarımızın FinTek Taahhüdünü memnuniyetle karşılıyor ve daha fazla firmanın imzalamasını bekliyorum" dedi.

Barclays COO'su Mark Ashton Rigby da "Teknoloji şirketlerinin kurulmasına ve büyümesine yardımcı olmak, banka olarak rolümüzün önemli bir parçasıdır. FinTek taahhüdü, Barclays ve erken aşama FinTek şirketleri arasındaki şeffaf ve verimli işbirliğini destekleyecek. Sonuç olarak müşterilerimize fayda sağlayacak çözümler, ürünler ve hizmetler sunacak" değerlendirmesini yaptı.

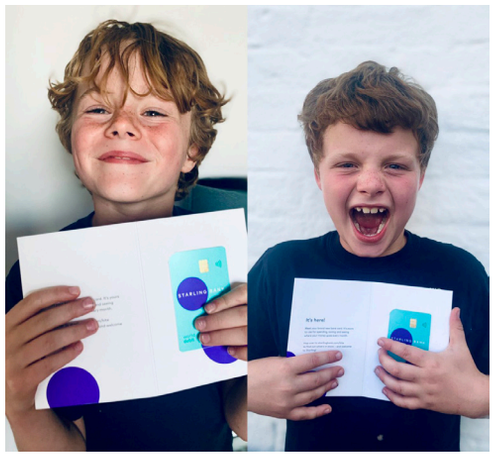
John Glen

Klarna, Avrupa'nın en büyük "FinTek unicorn'u" oldu

İsveç merkezli FinTek şirketi Klarna, 650 milyon dolar değerinde yatırım toplayarak 10.6 milyar dolar değerlemeye ulaştı. Bu yatırım turunun tamamlanmasıyla birlikte şirket, Avrupa'nın en büyük FinTek unicorn'u konumuna erişti. Şirketin yatırım turuna Silver Lake Partners, Singapur Varlık Fonu GIC, BlackRock ve HMI Capital öncülük etti. Genellikle çevrimiçi ve perakende alışverişleri kolaylaştıran "şimdi al, sonra öde" çözümüyle bilinen Klarna, bu ödeme çözümü sayesinde müşterilerini faizsiz bir finansman modelinden yararlandırıyor.

CB Insights'ın "Unicorn İzleyicisi" listesine göre Revolut, Klarna ve Checkout 5.5'er milyar dolar değerindeydi. Klarna aldığı bu yatırımlar değerini neredeyse ikiye katlamış oldu. Klarna'nın şu anda dünya çapında 12 milyondan fazla aktif kullanıcısı bulunuyor. Şirketin uygulaması günlük 55 bin indirmeyle geçen yıl boyunca en yakın rakibinin neredeyse 3 katı kadar indirme sayısına ulaştı. Salgın dönemini de başarılı bir şekilde geçiren Klarna, karantina sonrası çevrimiçi alışverişlerin artmasından yararlanarak müşterilerine uygun ödeme yöntemleri sunarak kullanıcı tabanını genişletti.

Klarna CEO'su Sebastian Siemiatkowski, "Gerek perakende gerekse finans alanında gerçek bir dönüm noktasındayız. Çevrimiçi perakendeye geçiş artık gerçekten çok yoğun. Şu anda aktif olarak ödeme şekillerinde kolaylık, esneklik, kontrol ve genel olarak üstün bir alışveriş deneyimi sunan hizmet arayan tüketicilerin davranışlarında çok somut bir değişiklikler var" diyor.



Starling Bank, 16 yaşından küçükler için banka kartı çıkardı

İngiliz Starling Bank, 16 yaşından küçük çocuklar için özel bir banka kartı çıkardı. 16 yaşından küçük çocukların internet alışverişlerinde, mağaza ve butiklerde harcama yapmasını sağlayacak olan bu kart, ATM'lerden de nakit para çekmek için kullanılabilecek.

"Kite" adı verilen kartla ebeveynler de çocuklarının harcamalarını kontrol altında tutabilecek. Ebeveynler, mobil bankacılık aracılığıyla aylık 2 pound ödeme karşılığında çocuklarının harcamalarını takip edip, bankacılık işlemlerini ve harcamalarını düzenleyebilecek.

Bankanın bu yeni hizmetinde, çocuklar para harcadığında ebeveynlere bildirim olarak haber verilecek. Ek olarak online ödemeler ve ATM'den para çekmek gibi belirli bankacılık işlemleri de ebeveynler tarafından kontrol altında tutulabilecek. Bu işlemler sınırlandırılabilecek ve günlük işlem limitleri belirlenebilecek. Kite kullanıcısı olan çocuklar, 16 yaşına geldiklerinde banka tarafından bir "Starling Genç Hesabı" açmaya davet edilecek ve hesaplar, kişilerin 18'inci yaşlarında otomatik olarak Starling kişisel banka hesabına dönüştürülecek. Bu sayede çocuklar 18 yaşından sonra da aynı kartla işlem yapabilecek.

DİJİTAL PARA ilk kez e-ticaret için kullanıldı

Sygnum Bank'ın dijital İsviçre Frangı (DCHF), İsviçreli perakendeci Galaxus'un sitesinde ödeme yapmak için kullanıldı. İşlem, Danimarka dijital para platformu sağlayıcısı Coinify tarafından sağlandı. Böylece dünyada ilk kez e-ticaret ödemesi için banka tarafından verilen bir stablecoin (sabit akçe) kullanıldı. Sygnum'un DCHF değeri 1 = 1 olarak İsviçre Frangı'na sabitlendi. Bankanın dijital varlığı e-ticaret ödemeleri için kullanıldığında sürece hiçbir aracı dahil edilmiyor ve işlemler gerçek zamanlı olarak sabit değerlerle gerçekleşiyor. Ortaklar, bu dijital varlığın kart sistemlerini ortadan kaldırarak, sahtekarlığa karşı koruyarak ve müşteri satın alma deneyimini basitleştirip hızlandırarak çevrimiçi perakendeciler için maliyetleri düşürdüğünü ifade ediyor.

Danimarka merkezli dijital para platformu sağlayıcısı Coinify CEO'su Mark Hojgaard, "DCHF ve diğer dijital para birimleriyle paranın geleceği köklerine geri dönüyor. Para, iki taraf arasında anında ve basitçe değiş tokuş edildi. Bu, e-ticaret alanındaki güvenilir, fiyat açısından istikrarlı dijital para birimlerinin potansiyeli hakkında çok şey söylüyor" değerlendirmesini yaptı.

bkmexpress.com.tr

KARTLARI BKM EXPRESS'E TAŞIYIN KOLAYLIĞI YAŞAYIN!

Şimdi tüm kartlarınızla BKM Express'e geçin, 200 binden fazla noktada ödemelerinizi kolay ve hızlıca yapın.

/bkmexpress /bkmexpress /bkmexpress

BKM Express uygulamasını **App Store** ve **Google Play** üzerinden ücretsiz olarak indirebilirsiniz.

App Store'dan İndirin

Google Play'DEN ALIN

BKM express

Türkiye'nin Dijital Cüzdanı

Sigorta Gündem

Atamalar, terfiler
Sektörle ilgili son gelişmeler
Kim nereye transfer oldu?
Detaylı bilanço analizleri

Hepsi ve daha fazlası için
www.sigortagundem.com