

PSM

PAYMENT SYSTEMS

TEMMUZ 2021

Sayı: 123 / Fiyatı: 20 TL



PSM AWARDS 2021
BAŞVURULARI BAŞLADI

AMERİKA'DA KÂRLI
ONLINE SATIŞ
YAPMANIN
PÜF NOKTALARI



İSTANBULKART
SAHİPLERİNİ
YENİ SÜRPRİZLER
BEKLİYOR

PARAŞÜT, ÖN
MUHASEBENİN
DİJİTAL GELECEĞİNİ
TASARLIYOR



MÜŞTERİ VE
BANKA SIRLARINI
PAYLAŞMANIN
SINIRLARI
NETLEŞTİ



N Kolay Genel Müdürü Haluk Yum

“N Kolay’ın dijital dönüşüm rotasında yurtdışına açılmak var”

ISSN: 2148-8983



9 772148 898306



Efsane

Hünkar Beğendinin

Gizli Tarifi

İçindekiler:

Tepeleme elektrik maliyeti
600 gram kuzu but
2 adet kuru soğan
4 diş sarımsak
Bol miktarda ısınma gideri
3 adet domates

1 yemek kaşığı domates salçası
Olabildiğince su masrafı
1 yemek kaşığı tereyağı
1.5 su bardağı süt
4 adet patlıcan
1.5 yemek kaşığı un

GİZLİ MALİYETLERDEN KURTULMANIN ÇÖZÜMÜ MULTINET.

Çalışanlarınızın yemek ihtiyaçları için siz de MultiNet'i tercih edin,
yemek giderlerinizi gizli maliyetler olmadan
%100 vergi tasarrufuyla yönetin.



Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

“Dijital Çağa Uygun Bir Avrupa” da Türkiye’nin yeri ne olacak?

Kısa bir süre öncesine kadar dijital dönüşüm deyince başta bankacılık ve sigorta olmak üzere teknolojiyi yoğun kullanan sektörler akla geliyordu. Şimdi bırakın tüm sektör, kurum ve kuruluşları, bireyler de dijital dönüşümün birer parçası haline geldi...

Bireylerin dijitalleşmesi için ülkeler hatta birlikler nezdinde önemli adımlar atılıyor. Nitekim Avrupa Komisyonu, “Dijital Çağa Uygun Bir Avrupa” mottosuyla kritik bir projenin startını verdi. Avrupa Birliği üyesi 27 ülkeyi kapsayan proje, 2030 yılına kadar izlenecek dijital pusulayı içeriyor. Bu tarihe kadar AB vatandaşlarının yüzde 80’inin “Avrupa Dijital Kimliği” (eID) sahibi olması hedefleniyor. Yine tüm AB ülkelerinde geçerli olacak ortak bir dijital cüzdan için de ilk adım atıldı.

Dijital kimlik ve cüzdanlar, AB vatandaşlarının yerel yönetim web sitelerine giriş yapmasına, tek kimlik kullanarak faturaları ödemesine fırsat verecek. Tüm elektronik bilgilerin paylaşımı da mümkün olacak. Birlik çapındaki tüm çevrimiçi hizmetlere erişim yine bu kimlik ve cüzdanla sağlanacak. Ev kiralamadan başka bir ülkede hesap açmaya, havalimanında check-in yapmaktan araba kiralamaya kadar tüm işlemler güvenli ve şeffaf bir şekilde yapılabilecek. Şirketler de bu dijital kimlikten faydalanarak güvenle teklif verebilecek, hizmetlerini tanımlayıp karşılıklı ödemeler yapabilecek...

Bir yandan da Avrupalı bankalar “merkez bankası dijital para birimi” (CBDC) konusunda denemelere başlıyor. Banque de France, İsviçre Ulusal Bankası ve BIS İnovasyon Merkezi işbirliğiyle planlanan proje, blokzinciri teknolojiyle hisse senedi, tahvil gibi finansal araçlar için sınır ötesi ticaret yapılmasını amaçlıyor. Bu ticarete dijital İsviçre Frangı ve dijital Euro kullanılacak. Fransa Merkez Bankası’nın konsorsiyumlar oluşturarak, Avrupa Yatırım Bankası’nın da halka açık blokzinciri tahvil ihracını çözmek için bir CBDC sağlayarak bu konuda katkı sağladıklarını belirtelim...

Giyilebilir araçlarla ödeme yıllardır gündemde. Gözlük, saat, bileklik, yüzük derken deri altına yerleştirilen çiplerle de ödeme yapmak mümkün artık. Nitekim İngilteriz ve Polonyalı girişimcilerin ortaklığında kurulan Walletmor da derinin hemen altına yerleştirilen bir implantla ödeme yaptıran çözümünü tanıttı. Yarım milimetre kalınlığındaki implantın fiyatı 199 Euro. Biyopolimer yapısıyla vücuda herhangi bir zarar vermediği belirtilen implanta yoğun ilgi var. Henüz yeni tanıtılmasına rağmen İngiltere, Almanya, Polonya ve İskandinav ülkelerinden her gün yaklaşık 200 yeni kullanıcı sisteme katılıyor... Esin’in “Dünyadan” sayfalarından derledim bu bilgileri. Bu tür adımları atmak, çözümleri geliştirip kullanmak için bizde zemin gayet uygun. Yeter ki öncülük yapacak, ortamı uygun hale getirecek irade olsun. Keyifli okumalar.



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

EDITÖRLER

E. Esin Gedik
esin.gedik@gmail.com

Berrin Vildan Uyanık Bekar
buyanik@akilliyasamdergisi.com

Buse Kuşkaya Seçgin
(Stajyer)

MARKA VE PROJE YÖNETİMİ
Tülin Çakmak
tcakmak@psmmag.com

REKLAM & REZERVASYON
Bekar@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 • TEMMUZ 2021

6

VİTRİN

Akbank'a "Finansal Kapsayıcılık" ödülü

12

İNOVASYON

İstanbulkart yenileniyor

15

ADVERTORIAL

"Hangi kartım, yurtdışında nerede kayıtlı" derdine son!

16

FİNANSAL KAPSAYICILIK

Fatura tahsilatından açık bankacılığa N Kolay'ın dijital dönüşüm rotası

20

PLATFORM

E-para ve ödeme hizmetleri için devrimsel nitelikte bir iş modeli

24

E-İHRACAT

Amerika'ya ihracatın "Kutup Yıldızı"

29

ADVERTORIAL

POS cihazı olmayan işletmeler de kartlı ödeme kabul edebilecek

30

ADVERTORIAL

Para transferinde UPTION'lama dönemi başladı!

32

ADVERTORIAL

"Dolandırıcılığı önlerken verinizi de verimli kılıyoruz"

34

ADVERTORIAL

Dijital bankacılık güvenliğinde fark yaratan çözüm: EndCrypt

36

DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Paraşüt, üç haneli büyümeye devam edecek

42

ANALİZ

Ödemeler artık daha nakitsiz

44

AÇILIM

Finartz, Türkiye'nin küresel FinTek yüzü olmaya aday

47

ETKİNLİK

"Geleceğin anahtarı, en hızlı uyum sağlayabilenlerin elinde"

48

ZİRVE YOLUNDA

"Fırsat eşitliği ve kapsayıcılık DNA'mızda var"

52

YARIŞMA

PSM AWARDS 2021 başladı

54

MEVZUAT

Müşteri ve banka sırları bazı istisnalar dışında paylaşılamayacak

56

DÜNYADAN

eID ve her AB vatandaşına dijital cüzdan için ilk adım atıldı

AKBANK

Akbanklı doğulmaz,
Akbanklı olunur!
Mobilden 7/24 mesela...

İstediğin zaman, istediğin yerden
mobilden Akbanklı olma dönemi başladı.



Sizin için

► Akbank'a "Finansal Kapsayıcılık" ödülü

EMEA Finance tarafından bu yıl 13'üncüsü düzenlenen "Europe Banking Awards" (Avrupa Bankacılık Ödülleri) kapsamında salgın sürecinin getirdiği zorluklar, değişen çalışma ortamı ve öngörülemeyen koşullara karşı proaktif davranarak müşterilerine ve toplumlarına destek olan finans kuruluşları ödüllendirildi. Bu yıl da "Türkiye'nin En İyi Bankası" seçilen Akbank, finansal kaynaklara erişimi kısıtlı kesimler için ortaya koyduğu ürün ve hizmetlerle de Orta ve Doğu Avrupa ile Bağımsız Devletler Topluluğu bölgelerinin "Finansal Kapsayıcılık" ödülüne layık görüldü. Akbank Genel Müdürü Hakan Binbaşgil, ödüllerle ilgili şu değerlendirmeyi yaptı: "Sektörümüz açısından da bir operasyonel test olan



salgın sürecinde müşterilerimizin ve toplumumuzun her türlü ihtiyacı için destek olmaya devam ediyoruz. Bu doğrultuda yürüttüğümüz çalışmalarla EMEA Finance tarafından bir kez daha 'Türkiye'nin En İyi Bankası' seçilmekten büyük bir mutluluk duyuyoruz. Finansal



Hakan Binbaşgil

kapsayıcılık gibi önemli bir konuda ödüle layık görüldüğümüz için de gurur duyuyoruz. Finans sektörünün kapsayıcı olmasının, özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ekonomilerin sürdürülebilir kalkınmasını sağlama konusunda çok önemli olduğuna inanıyoruz."

"Axess Mobil ile Öde", 500 TL'ye kadar chip-para kazan

Axess Mobil'in yeni özelliği "Axess Mobil ile Öde", internet alışverişlerini kart numarası, son kullanım tarihi ve güvenlik kodu girmeden tek tıkla kolayca yapmayı sağlıyor. Kullanıcılar, alışveriş platformunda almak istediği ürün veya hizmeti sepete attıktan sonra, "Axess Mobil ile Öde" seçeneğini işaretleyip, dilediği Akbank kredi veya banka kartını seçerek ödemelerini saniyeler içinde tamamlayabiliyor. Üstelik Axess ve Wings kart sahipleri kendilerine özel taksit



Şebnem Dağ Güven

imkanından da faydalanıyor.

Akbank Ödeme Sistemleri Bölüm Başkanı Şebnem Dağ Güven, "Cebe inen Axess ve Wings kart, cebe inen Akbank Kart ve Akbank Cebe POS gibi ödeme sistemlerinde fark yaratan birçok yenilikçi uygulamadan sonra şimdi de müşterilerimizin hizmetine Axess Mobil ile Öde'yi sunuyoruz. Bu hizmetimizi ilk olarak tatilsepeti'nde devreye aldık ve müşterilerimize 500 TL'ye varan chip-para kazanma fırsatı sunduk" diyor.

► Sodexo'ya müşteri deneyiminde üç ödül

Sodexo Avantaj ve Ödüllendirme Hizmetleri, "Turkey Customer Experience Awards 2021"den 3 ödülle döndü. Awards International ve CXPA'in bu yıl Türkiye'de ilkini düzenlediği etkinliğe, farklı sektörlerde faaliyet gösteren 30 kurum, 80'in üzerinde projeye katılarak 18 farklı kategoride yarıştı. Sodexo, "İletişim Merkezi" kategorisinde Altın, "Kriz Anında Müşteri Deneyimi" ve "B2B Müşteri Deneyimi" kategorilerinde ise Gümüş Ödüllerin sahibi oldu. Sodexo Avantaj ve Ödüllendirme

Hizmetleri Müşteri Deneyimi Direktörü ve İcra Kurulu Üyesi Serdar Güngör, "Sodexo olarak müşteri deneyimini her zaman iş süreçlerimizin tam kalbine konumlandırıyor, tüm paydaşlarımıza ayrıcalıklı ve kişiselleştirmiş bir deneyim sunmanın yöntemlerini arıyoruz. Bu vizyonla hayata geçirdiğimiz projelerin ödüllerle taçlandırılması bizi hem çok mutlu ediyor hem de gururlandırıyor. Müşterilerimizin beklentilerini en iyi şekilde karşılamak için çalışmalarımıza ve projelerimize devam edeceğiz" diyor.



Serdar Güngör

► İş Bankası, Türkiye'nin en güçlü markası

Dünyanın önde gelen marka değerlendirme ve strateji danışmanlığı kuruluşlarından Brand Finance'in yayınladığı "Brand Finance Turkey 100 - 2021" listesinde İş Bankası, Türkiye'nin en yüksek güce sahip markası olarak ilk sırada yer aldı. Brand Finance raporunda; marka gücünün, markanın gelecekte değer üretebilme kabiliyetini gösterdiği belirtilerek, bu açıdan markaların güçlerini artırması için gerekli yatırımları yapması, paydaşlar nezdinde olumlu ve talebi tetikleyici algı oluşturması ve oluşan algıyı finansal sonuçlara yansıtma başarısı göstermesinin beklendiği ifade ediliyor.



“Karneni Göster, Kitabını Al”



Türkiye İş Bankası'nın 2007-2008 eğitim öğretim yılında başlattığı "Karneni Göster, Kitabını Al" kampanyası bu yıl 14'inci kez düzenleniyor. Çocuklara kitap okuma alışkanlığını kazandırmak, hayal güçlerini geliştirmek, merak duygularını uyandırmak, bilim ve akıl yolunda kişisel gelişimlerini desteklemek amacıyla hayata geçirilen kampanya çerçevesinde, kitaplar geçen yıl olduğu gibi bu yıl da salgın nedeniyle dijital ortamda "Çocukların Bilgi Bankası" Kumbara Dergisi portalı (www.kumbaradergisi.com) aracılığıyla öğrencilere sunuluyor. Çocuklar, kitaplara ayrıca Kumbara Dergisi uygulamasını indirerek mobil cihazlardan da erişebiliyor.

İş Bankası, bu yılki kampanyada çocuklara, dünya klasiklerinden Felix Salten'in "Bambi" ve Arthur Conan Doyle'un "Kayıp Dünya" kitaplarını karne hediyesi olarak veriyor. Tüm dünyayı ilgilendiren küresel ısınma ve iklim değişikliği konusuna dikkat çekmek, çevre ve doğa konusunda çocukları bilinçlendirmek amacıyla TEMA Vakfı işbirliğinde hazırlanan "İklim Hakkında Konuşalım" kitapçığı da kampanya kapsamında öğrencilerle buluşturuluyor.

► Birleşik Ödeme "Başkent Kart" ile Ankara halkının yanında

Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Mansur Yavaş, Birleşik Ödeme'nin sağladığı ve Mastercard ağıyla dünyanın her yerinde geçerli olacak, Türkiye'nin en kapsamlı şehir kartı Başkent Kart'ı kamuoyuna tanıttı. ATO Congressium'dan canlı olarak yayınlanan toplantıya siyaset ve iş dünyasından birçok isim katıldı. Yavaş, projenin çıkış noktası ve amacını şöyle anlattı: "Başkent Kart ile amacımız, ihtiyaç sahiplerinin sadece bakkal veya marketlerden alışveriş yapmasını sağlamak değil, dayanışmanın devamına yol açarak, bunu kurumsal niteliğe kavuşturmak ve insanımız nezdinde kalıcı bir kimliğe dönüştürmek. Bu kartla hem milletimizin yardım kültüründe yeri olmayan bir ayıbı ortadan

kaldıracağız hem de işlem yapan vatandaşlarımız sayesinde elde edilecek geliri sosyal yardım havuzuna aktararak, ihtiyaç sahiplerine daha fazla yardım edilmesini sağlayacağız. Sadece Ankara'da her ay POS cihazlarının yaklaşık 50 milyon kez kullanıldığını, aylık 10 milyar liralık harcama yapıldığını biliyoruz. Başkent Kart sayesinde, sadece Ankara'da bile her ay en az 50 milyon kez iyilik yapma ve harcadığımız 10 milyarın her kuruşunda iyiliği yayma fırsatımız olacak. İşte asıl paha biçilemeyen, 'paranın satın alamayacağı' denilen yer burası." İlk etapta 112 bin 785 aileye Başkent Kart teslim edildiğini belirten Yavaş, bu kartlara toplamda 45 milyon 114 bin TL tutarında bakiye tanımlandığını aktardı. Başkent Kart'ın atyapı sağlayıcısı



Birleşik Ödeme'nin CEO'su İlker Sözdinler ise "Çağımız teknolojinin sosyal belediyeçilikle entegre olduğu, gerçek fayda ve değer yaratan bu projede yer almaktan gurur duyuyoruz" dedi.

► Daha güvenli, daha kolay ticaret için “VBanko Çek Dijital” dönemi

VakıfBank, ticari mobil uygulamalarının altyapısını güçlendirmeye devam ediyor. Teminat mektubunun güvenliğini çekim dolaşım kolaylığıyla birleştiren “VBanko Çek Dijital”, güvenli ticaretin daha da hızlı ve etkili bir şekilde yürütülmesine destek oluyor.

VakıfBank Genel Müdür Yardımcısı Hazım Akyol, yeni uygulamayla ilgili şu bilgileri veriyor: “KOBİ, ticari ve kurumsal segmentteki müşterilerimize yönelik ürün ve hizmetlerimizle reel ekonominin ihtiyaçlarına etkin çözümler üretiyoruz. Bu doğrultuda geliştirdiğimiz VBanko Çek Dijital ile yasal sorumluluk tutarından daha fazlasını garanti altına alıyor, çeki alan ve keşide eden için dijital kullanım kolaylığı sağlıyoruz. Çeki alan kişi, VakıfBank müşterisi



olmasa dahi, çekim üzerindeki karekodunu VakıfBank Mobil uygulamasında okutarak garanti tutarını ve geçerlilik tarihini anında sorgulayabiliyor. Çeki keşide eden VakıfBank müşterileri de VakıfBank Mobil üzerinden limitleri dahilinde diledikleri garanti tutarını anında belirleme ayrıcalığına sahip oluyor.”



Hazım Akyol

PayCore’da üç önemli atama

PayCore’un çoğunluk hisselerinin özel sermaye fonu Mediterra Capital’e devrinin ardından başlayan organizasyonel yeniden yapılanma sürüyor. Hisse satışına paralel Ali Kançal’ın CEO olarak iş başına geldiği şirkette önemli üç atama daha yapıldı. Tolga Turhan, Mali İşlerden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı; Merve Bayülgen, İnsan Kaynaklarından Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı, Bartu Ülgür de Satıştan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak göreve başladı. Tolga Turhan, lisans eğitimini İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi’nde tamamladı. Yüksek lisans eğitimini İngiltere’de Essex Üniversitesi’nde finans ve yönetim, doktora eğitimini ise Beykent Üniversitesi’nde işletme yönetimi alanında yaptı. Mali müşavir olan Turhan, Sanko Holding bünyesinde iç denetimle başladığını kariyerini, Türk Telekom Grup şirketlerinden Argela Yazılım ve Bilişim Çözümleri’nin ardından Securitas Grup bünyesinde faaliyet gösteren Sensormatic’te üst düzey



Tolga Turhan



Merve Bayülgen



Bartu Ülgür

yöneticiliklerle sürdürdü. Merve Bayülgen, Boğaziçi Üniversitesi Sosyoloji Bölümü’nden mezun oldu. Kariyerine danışman olarak AC Danışmanlık’ta başladı. Sonrasında sırasıyla Arthur Andersen/Ernst & Young, Turkcell ve Innova Bilişim Çözümleri’nde danışman ve İK yöneticisi olarak görevler aldı. 2018’de, dünyada ICF onaylı ilk koçluk okulu olan CTI Türkiye’de Co-Active Koçluk eğitimini tamamlayarak teknoloji şirketleri için stratejik insan kaynakları

danışmanlığı yapmaya başladı. Bartu Ülgür, lisans eğitimini Boğaziçi Üniversitesi Kimya Bölümü’nde tamamladı. Warwick Üniversitesi’nde işletme yüksek lisans eğitimi aldı. Kariyerine IBM Türkiye’de başladı ve bu şirkette 15 yıl süreyle finansal hizmetler ve telekomünikasyon sektörlerinde yurtdışı dahil satış yöneticiliği yaptı. Sonrasında D-Smart’ta COO, Ocak 2020’den bu yana ise Netcad Yazılım’da genel müdür yardımcısı olarak çalışıyordu.

► EnSecure ile parola gerektiren tüm işlemlerde maksimum güvenlik

Ençura, tek bir parola bariyerini çoğu zaman geçebilen tehditlere, kurumlara yönelik siber saldırılara karşı güçlü kimlik doğrulama sağlayan EnSecure'ü geliştirdi. Oturum açma işlemi için kullanıcının kimliğini doğrulayan bir OTP (tek kullanımlık şifre) olan EnSecure, finans ve sigorta sektöründe giriş ve işlem güvenliği gereken noktalarda işlemlerin güvenli şekilde yapılmasını sağlıyor. Ensecure ile kullanıcı, kimlik doğrulama verilerini bir sisteme gönderiyor, sistem bilginin doğruluğunu kontrol ederek kullanıcıya yetkili erişim iznini veriyor. Parola kullanmakla benzer gibi gözükse de EnSecure ile kimlik doğrulama verileri kullanıcı ve hedef sistemin ötesine geçmiyor, sızmaya izin verilmiyor.

BDDK Bilgi Sistemleri ve Elektronik Bankacılık Yönetmeliği kapsamında, 1 Ocak 2021 tarihinde yürürlüğe giren yeni yönetmelik hükümlerine uyumlu olmayan bankaların, internet ve mobil uygulamalarında değişikliğe gitmesine neden olacak yeni düzenlemeyle internet şubelerinde iki faktörlü doğrulama süreci zorunlu hale geldi. Böylece ilk aktivasyon



dışında SMS ile tek kullanımlık şifre gönderimi de ortadan kalktı. EnSecure'ün yönetmeliğe yüzde 100 uyumlu yapısıyla birçok ulusal banka ve yatırım şirketinin şimdiden ilk tercihi olduğunu açıklayan Ençura yetkilileri, şu değerlendirmeyi yaptı: "Ençura'nın uzman mühendis kadrosu tarafından geliştirilen EnSecure, Türk Lirası

bazlı fiyatlandırma ve kullanıcı sayısı sınırsız, yıllık abonelik modeliyle kurum maliyetlerini en aza indiriyor. Çözümümüz açık güvenlik standartlarına dayalı ve yüzde 100 güvenlidir. Basit ve sorunsuz kullanıcı deneyimi yaşatmak için her senaryoya uyumludur. iOS ve Android işletim sistemini destekliyor."

Lidio'nun satışları Ece Berkol'dan sorulacak

"Sektörde ezberleri bozma" iddiasıyla yola çıkan Lidio, bu doğrultuda yönetim ekibini güçlendirmeye devam ediyor. Kurumsal bankacılık alanında ödeme sistemleri entegrasyonları, proje finansmanları, sürdürülebilir ilişki yönetimi ve pazarlama faaliyetleri, nakit yönetimi entegrasyon projeleri gibi konularda 15 yılı aşkın deneyim sahibi olan Ece Berkol, Lidio Satıştan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı (CCO) olarak göreve başladı. 2005 yılında İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi'nden mezun olan Ece Berkol, MBA eğitimini İstanbul Teknik Üniversitesi'nde tamamladı. İş hayatına Garanti

Bankası Kurumsal Bankacılık departmanında atılan Berkol, 2008 yılında kurumsal bankacılık müşteri ilişkileri yöneticiliği, 2012 yılında ise pazarlama müdürlüğü görevlerini üstlendi. 1 Haziran 2021 itibarıyla Türkiye'nin en büyük dijital ödeme platformu olmaya aday Lidio ailesine katılan Ece Berkol, kariyerini markanın Satıştan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı (CCO) olarak sürdürecektir. 6493 sayılı kanun kapsamında TC Merkez Bankası'na lisans başvurusunu gerçekleştiren Lidio, Türkiye'nin en büyük işletmelerinin yıllardır kullandığı Mobilexpress platformunu yeni nesil servislerle herkesin erişimine açmayı planlıyor.



Ece Berkol

► Param, Momento'ya ortak oldu

Kısa bir süre önce tahsilat sistemi şirketi Eçözüm Bilgi Teknolojileri'nin çoğunluk hissesini alan Param, şimdi de takdir ve ödüllendirme sistemi Momento ile ortaklık anlaşması imzaladı. Param Kurucusu Emin Can Yılmaz, Momento yatırımıyla ilgili şu değerlendirmeyi yaptı: "Güçlü ve sürdürülebilir büyüme hedefi doğrultusunda bir yandan ödeme hizmetleri alanında yenilikçi yaklaşımımız ve ürünlerimizle müşterilerimizin neredeyse tüm finansal ihtiyacını karşılarken, diğer yandan satın almalarla gücümüze güç katmayı sürdürüyoruz. Alanının lider şirketleri Momento'nun hissedarı olmaktan dolayı da mutluyuz. Faaliyete başladığımız ilk günden bu yana 17 banka, 8 kart markası ve 100'e yakın marka iş birliğiyle 5 milyona



Zeynep Dağlı Kastro

Emin Can Yılmaz

yakın kart kullanıcısına ve toplam 20 milyar TL işlem hacmine ulaştık. Daha geniş bir üye işyeri ağı ve birçok indirim noktasında güç birliği içerisinde olmamızla müşterilerimizi kusursuz ve bolca kazandıran bir kart deneyimi bekliyor. Bugün Momento ile imza attığımız ortaklığımız ParamKart tarafındaki büyümeye önemli katkılar sunacak." Momento Kurucusu Zeynep Dağlı

Kastro ise "10 yılı aşkın süredir Türkiye'nin önde gelen firmalarına, portal ve ön ödemeli kartlar aracılığıyla dijital ödeme yöntemleri sunarak çalışanlarının, bayilerinin ve distribütörlerinin ödüllendirmesine öncülük ediyoruz. Bu süreçte üye işyeri sayımızı 12 binin üzerine taşırken, yüzlerce şirketin yüz binlerce

çalışanına dokunduk. Birlikte çalıştığımız iş ortaklarımızın çalışan memnuniyetinde yüzde 93 oranında başarı yakalamamız yanı sıra firmaların bayi satış performanslarında 2 katlık artışa aracılık ettik. Bugüne güçlü teknik altyapısı, inovasyon hızı ve yenilikçi çözümleriyle sektöründe lider bir marka olan Param ile güçlerimizi birleştirdiğimiz için mutluyuz" dedi.

Maximum Mobil'de yepyeni bir alışveriş ve ödeme deneyimi: PAZARAMA

Pazarama, İş Bankası'nın e-ticaret alanındaki yetkinliklerini yeni bir ekosisteme dönüştürmek adına, bazı fonksiyonları bünyesinden ayrıştırarak (spin-off) devrettiği Topkapı Danışmanlık Elektronik Hizmetler Pazarlama ve Ticaret Şemsiyesi altında hayata geçti. Herkesin Maximum Mobil'i indirerek kolayca ulaşabileceği Pazarama'da ürün ve hizmet satışlarının yanı sıra mobil ödeme deneyimi de yaşanıyor. Pazarama'da giyimden kırtasiyeye, elektronikten evcil hayvan ürünlerine ve oyunlara kadar çok geniş bir yelpazede farklı



ürünleri bulmak mümkün. Araçtan inmeden akaryakıt ödemesi, ulaşım kartı yüklemesi ve market alışverişi, yemek siparişi, dijital oyun kodu gibi mobil ödeme imkanlarının yanı sıra restoran indirimleri de sunuluyor. Pazarama tüm bu hizmetleri tek bir platformdan;

ödeme anında kullanıcılarına indirim, taksit, puan gibi birçok kolaylıkla birlikte veriyor. İş Bankası Genel Müdür Yardımcısı ve Topkapı Yönetim Kurulu Başkanı Yalçın Sezen, "Pazarama ile finansal hizmetleri ve e-ticareti birbirine yaklaştırırken, iki alanda da değer odaklı bir platformla hizmet veren



Yalçın Sezen

ve alanı bir araya getiriyoruz. Alışveriş paydasında Anadolu'nun dijitalleşmesi ve günümüzün e-ticaret dünyasının parçası haline gelmesine katkı sağlamayı bankamızın kuruluşundan bu yana taşıdığı misyonun bir parçası olarak görüyoruz" diyor.

HER 3 TL'LİK KARTLI ÖDEMENİN 1 TL'Sİ TİCARİ KARTLARLA YAPILIYOR

Ön ödemeli kart sayısı 50 milyona yaklaştı

Bankalararası Kart Merkezi (BKM) verilerine göre, mayıs ayı sonunda Türkiye'de 79 milyon adet kredi kartı, 141,5 milyon adet banka kartı ve 48,8 milyon adet ön ödemeli kart kullanılıyor. Mayıs 2020'ye göre kredi kartı sayısında yüzde 11, banka kartlarında yüzde 3, ön ödemeli kartlarında ise yüzde 43 artış oldu. Toplam kart sayısı ise yüzde 11 artışla 269,3 milyona ulaştı.

Kart sayıları (Milyon Adet)	2020 Mayıs	2021 Mayıs	Değişim
Kredi Kartı	71,4	79	%11
Banka Kartı	137,1	141,5	%3
Ön Ödemeli Kart	34,2	48,8	%43
Toplam	242,7	269,3	%11



Mayıs ayında 115 milyar TL tutarında kartlı ödeme yapıldı

Kredi kartları, banka kartları ve ön ödemeli kartlarla mayıs ayında yapılan toplam ödeme tutarı bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 51 artarak 115 milyar TL oldu. Bu hızlı artışta, 2020'nin mayıs ayında pandeminin yoğun günlerinde alınan tedbirlerle beraber kartlı ödemelerdeki yavaşlama (baz) etkili oldu. Özellikle ön ödemeli kartlarla yapılan ödemelerdeki yüzde 330 artış dikkat çekti.

Kartlı ödeme tutarı (Milyar TL)	2020 Mayıs	2021 Mayıs	Değişim
Kredi Kartı	63,3	94,3	%49
Banka Kartı	12,5	19,1	%52
Ön Ödemeli Kart	0,4	1,6	%330
Toplam	76,2	115	%51



Ticari kartların hızlı büyümesi sürüyor

Çek-senet gibi geleneksel ödeme araçlarının yerini alan ticari kredi kartlarıyla ödemeler hızlı büyümesini sürdürüyor. İşyeri sahiplerine ödemelerde büyük kolaylık sağlayan ticari kredi kartı adedi mayıs ayı itibarıyla 7,1 milyona ulaştı. Bu kartlarla yapılan ödeme tutarı ise geçen yılın mayıs ayına göre yüzde 67 artarak 27,9 milyar TL oldu. Ticari kredi kartlarıyla yapılan ödemelerin toplam kredi kartı ödemeleri içindeki payı da geçen yıla göre artarak yüzde 30'a ulaştı ve her 3 TL kredi kartı ödemesinin 1 TL'si ticari kredi kartlarıyla gerçekleşti.

Ticari Kredi Kartı Ödeme Tutarı (Milyar TL)	2020 Mayıs	2021 Mayıs	Değişim
Ticari Kredi Kartı Ödeme Tutarı	16,7	27,9	% 67
Kredi Kartı Ödemeleri İçindeki Payı	% 26	% 30	

Ön ödemeli kart kullanımı hızla yaygınlaşıyor

Bir vadesiz hesaba bağlı olmasına gerek olmadan kullanıcının karta yüklediği miktar kadar ödeme yapmasına imkân sağlayan ön ödemeli kartların kullanımı da hızla yaygınlaşıyor. Market ve giyim gibi temel ihtiyaçlardan internet ödemelerine, ulaşım kartlarına para yüklemeye kadar hayatın birçok alanında kullanımının arttığı görülüyor. Mayıs ayında ön ödemeli kartlarla 34 milyon adet ödeme yapılırken toplam kartlı ödemelerin yüzde 5'inde artık ön ödemeli kartların kullanıldığı görülüyor. Geçen yılın aynı döneminde yüzde 2 olan bu payın bu seviyeye gelmesi, ön ödemeli kartların hayatımıza ne kadar hızlı girdiğine işaret ediyor.

Ön Ödemeli Kartlarla Yapılan Ödeme Adedi ve Toplam İçindeki Payı	2015 Mayıs	2020 Mayıs	2021 Mayıs
Ön Ödemeli Kartlarla Yapılan Ödeme Adedi (Milyon Adet)	5	9	34
Ön Ödemeli Kartlarla Yapılan Ödemelerin Toplam Kartlı Ödeme Adedi İçindeki Payı	% 1	% 2	% 5

İSTANBULKART YENİLENİYOR



istanbul.❤️

İstanbul seni seviyor

BELBİM

www.istanbulkart.istanbul

BELBİM AŞ, 18 milyon kullanıcısı olan İstanbulkart'ın marka kimliğini ve imajını "İstanbul Seni Seviyor" konseptiyle yeniliyor. Şehrin Yaşam Kartı stratejisini destekleyecek şekilde daha modern, dinamik ve renkli bir görüntüye kavuşturuyor...

Istanbul Büyükşehir Belediyesi iştiraki BELBİM AŞ, ulaşım ve yaşam kartı olarak hizmet veren İstanbulkart'ın marka yüzünü, marka kimliğini ve marka imajını yeniliyor. BELBİM AŞ Pazarlama ve Müşteri Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı Ceyda Ünal ile İstanbulkart'ın yenilenen stratejisiyle ilgili sohbet ettik.

İstanbulkart artık yalnızca ulaşım da kullanılan bir kart değil birçok alanda ödeme yapılabilen bir ön ödemeli kart haline geldi. Bu fikrin çıkış noktası neydi?

İstanbulkart, Türkiye'nin ilk elektronik para toplama kuruluşu BELBİM AŞ bünyesinde bir FinTek ürünü olarak yerli yazılım altyapısıyla geliştirilmiş bir kart ve 18 milyon kullanıcısı var. İstanbul Türkiye'nin kültürüyle, doğasıyla, etnik farklılıklarıyla en kozmopolit şehri. Biz İstanbul Büyükşehir Belediyesinin bir iştirak şirketi olarak İstanbullulara hizmet veriyoruz. İstanbulluların yaşam kalitesini artırmak, hayatlarını daha kolay bir hale getirmek ve aile ekonomilerine katkı sağlamak öncelikli amaçlarımızdan. "Ulaşım da zaten alternatifimiz yok, amacımız dünyanın en gelişmiş şehir kartlarından biri olmak. Bu durumda 18 milyon kullanıcıya neden yalnızca ulaşım alanında hizmet verelim" düşüncesiyle İstanbulkart'ı "Şehrin Yaşam Kartı" olarak konumlandırmak için yola çıktık. Marketlerden müzelerle, online alışverişlerden kafe-restoranlara, müzelerden eğlence sektörüne, akaryakıt istasyonlarından perakende mağazacılığa, otoparklardan taksilere kadar genişleyen bir ödeme ağıyla birlikte yüz binlerce noktada ödeme aracı olarak hizmet vermeye başladık. Çok yakında yeni işbirliklerimizi de duyurmaya ve İstanbul'un her noktasında ödeme aracı olana kadar da tüm motivasyonumuzla çalışmaya devam edeceğiz.

"Gerçekleştirdiğimiz dijital inovasyonlar ödeme sistemleri alanında yalnızca Türkiye'ye değil dünyaya da öncü oluyor"

Dijitalleşme adımlarınız da sektörde ilgi çekiyor. Dijital inovasyonlarınız gerçekten hayatı kolaylaştıran adımlar içeriyor. Dijital yeniliklerinizden de bahsedebilir misiniz?

Dünya artık teknoloji çağına girdi. Dijitalleşmenin işleri kolaylaştırması, zamanı daha değerli bir hale getiriyor. Değişen dünya trendlerine adapte olmamız hali hazırda bir teknoloji firması olarak bizim için zor olmadı. Bizim vizyonumuz da stratejimiz de sabit bir doğrultuda ilerlemiyor. FinTek ve dijitalleşme alanlarında tüm yenilikleri kucaklayarak yolumuza devam ediyoruz.

- Öncelikle yükleme noktalarını dijitalleştirerek hem fiziksel noktalara bağımlılığı ortadan kaldırdık hem nakit ihtiyacı duymadan yükleme yapabilmeyi mümkün hale getirdik. İstanbulkart Mobil'den verilen yükleme talimatlarına mobil bankacılığı da ekledik.
- Türk Telekom ile yaptığımız iş birliği sayesinde in-

istanbul

İstanbul'u doya doya yaşadığın kart, yeni İstanbulkart

Ulaşım dan markete, restoranlardan kafelere, ister kartınla ister telefonunla. İstanbulkart artık her yerde.

İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ | **BELBİM** | www.istanbulkart.istanbul

ternete dahi ihtiyaç duymadan SMS yoluyla yükleme yapabilmek mümkün hale geldi.

- İstanbulkart Mobil'den QR kodla ödeme sektörü devrim yaratacak nitelikte oldu. Fiziksel kartın tüm özelliklerini dijitalle taşıyarak İstanbulkart yanımızda olmasa dahi ödeme yapabilmeyi mümkün hale getirdik. Üstelik indirim haklarını saklı tutarak geçiş ve aktarmaları saniyeler içinde hesaplayabilen QR kodla geçiş algoritmasıyla dünyada bir ilk başardık.
- QR kodla geçiş özelliğimizi internetin olmadığı metro istasyonlarında da uygulayabilmek için tüm metrolardaki geçiş cihazlarını güncelledik ve çevrim dışı QR özelliğini devreye aldık. Böylece internete ihtiyaç duymadan çevrim dışı olarak da geçiş yapılabilir hale geldi.
- Getir ile yaptığımız iş birliğiyle birlikte kart/şifre işlemlerine ihtiyaç duymadan NFC ile ödeme yapma özelliğini geliştirdik. Bu entegrasyonla birlikte de iOS işletim sisteminde Apple Pay dışında ödeme yapılabilen dünyanın ilk örneği olduk.
- Gerçekleştirdiğimiz dijital inovasyonlar ödeme sistemleri alanında yalnızca Türkiye'ye değil dünyaya da öncü oluyor. İstanbulluların hayatını kolaylaştırmak için motivasyonumuzu artırarak çalışmaya devam ediyoruz.

BELBİM

“Amacımız İstanbulkart’ı dünyanın en iyi şehir kartlarından biri haline getirmek”

İstanbulkart’ın sosyal fayda açısından yaptığı işler gerçekten İstanbulluların hayatına dokunuyor. Çok yeni olarak Halk Bakkal projesine ödeme altyapısı sağladınız. Sosyal fayda sağlayan işleriniz hakkında da bilgi verebilir misiniz?

Benim için İstanbul Büyükşehir Belediyesinde çalışmanın verdiği en güçlü his sosyal fayda kısmı. Yaptığımız her iş İstanbulluların hayatına bir şekilde dokunuyor. Kolaylık sağlıyoruz, indirim ve kampanyalar yapıyoruz, sosyal sorumluluk projeleriyle ihtiyaç anında İstanbulluların yanında oluyoruz. Anne Kart ve Sağlık Çalışanı Kartı ile on binlerce anneye ve sağlık çalışanına ücretsiz toplu ulaşım hakkı sunuyoruz. İstanbul Büyükşehir Belediyesine ait Askıda Fatura ve Eğitim Destek projelerine ödeme altyapısı sağlayarak katkıda bulunuyoruz. BELBİM AŞ olarak ihtiyaç anında İstanbulluların yanında oluyoruz.

Şimdi de salgının ekonomik ve sosyal sıkıntısını en derinden hisseden esnafımız için Halk Bakkal projesini geliştirdik. İstanbul Büyükşehir Belediyesiyle birlikte geliştirdiğimiz bu projede İstanbul POS’larımız ile ödeme altyapısını da sunuyoruz. Proje kapsamında 160 bin Sosyal Destek Kart sahibi ailenin ve tüm İstanbulkart sahiplerinin mahallemizin bakkalında da ödeme yapabilesini mümkün hale getirerek hem esnafımızı destekleyip katma değer sağlayabiliyor hem de ihtiyaç sahibi ailelerin hayatını kolaylaştırabiliyoruz.

“Sosyal fayda kısmı, İstanbul Büyükşehir Belediyesinde çalışmanın verdiği en güçlü his...”

Son bir buçuk yılda İstanbulkart gerçekten bambaşka bir stratejiyle konumlandı. Kart tasarımlarını değiştirmek de girdiğiniz stratejinin bir parçası mıydı? Yeni marka kimliğinizin çıkış noktası nedir?

İstanbulkart’ı yeni vizyonda “İstanbul Seni Seviyor” sloganıyla Şehrin Yaşam Kartı olarak konumlandırarak

Türkiye’de alternatifi olmayan, dünyada sayılı örnekler arasında olan bir kart haline getirdik. İstanbul kadar tarihi, kültürü, etniği zengin, kozmopolit yapıyı bu kadar içselleştirebilen ve aynı zamanda bu kadar da kalabalık olan başka bir şehir örneği dünyada yok denilebilir. İstanbul içinde barındırdığı tüm güzelliklerle orantılı olarak yaşaması da güç bir şehir. Bunca güzellik ve zorluğa sahip bir şehirde yaşamak bile büyük bir özveri isterken İstanbul’a ve İstanbullulara hizmet etmenin istediği özveri anlatamayacağım kadar fazla. Sorumluluğumuzun büyüklüğünün farkında olarak sunduğumuz hizmetlerin verdiği tatmin hissini tarif edemiyorum. Biz bu şehirde yaşamayı tercih edenlere kolaylık sunan elçiler olarak çalışıyoruz. Şimdiye kadar yaptığımız ve yapacağımız her şey İstanbulluların hayatına dokunmak ve daha kolay bir hale getirmek için. Sunduğumuz hizmetlerle, yaptığımız indirim ve kampanyalarla, sosyal sorumluluk projelerimizle tüm İstanbullulara “Biz sizin yanınızdayız!” demek istiyoruz, “İstanbul sizin yanınızda ve sizi seviyor!”

Tüm stratejimiz ve sunduğumuz hizmetler kapsamında marka kimliğimizi ve imajımızı, 18 milyon kullanıcı olan İstanbulkart’ımızı “İstanbul Seni Seviyor” konseptiyle yeniliyoruz. Stratejimizi destekleyecek şekilde daha modern, dinamik ve renkli bir görüntüye kavuşturarak kullanıcılarımızın beğenisine sunuyoruz. Yeni kartlarımızın tüm İstanbullulara kolaylık sağlamasını ve hayatlarına dokunmasını diliyoruz.

Biz yeni marka kimliğimizde yalnızca kartlarımızı değil İstanbulkart Mobil’i de yeniliyoruz. İstanbulkart Mobil’i tasarimsal olarak daha kullanıcı dostu hale getirirken yeni özellikler de ekliyoruz. Yeni İstanbulkart Mobil’de İstanbulkart’tan İstanbulkart’a para transferi, mikro kredi başvurusu, ulaşım dışı QR ile ödeme, gibi özellikleri İstanbullulara sunacağız.

Yaptığımız her yeniliğin tüm İstanbulluların hayatına dokunmasını tüm kalbimle diliyorum. Umarım tüm İstanbulluların hayatlarını daha kolay hale getirecek nice projelerin öncüsü olabiliriz.

Sunduğumuz hizmetlerle, yaptığımız indirim ve kampanyalarla, sosyal sorumluluk projelerimizle tüm İstanbullulara “Biz sizin yanınızdayız!” demek istiyoruz, “İstanbul sizin yanınızda ve sizi seviyor!”

“HANGİ KARTIM, YURTDIŞINDA NEREDE KAYITLI” DERDİNE SON!



Türkiye’de bir ilk: Garanti BBVA’nın mobil uygulaması BonusFlaş’ta kullanıcılar artık tek bir ekran üzerinden Mastercard özelliği kredi kartlarının kayıtlı olduğu yurtdışı platformları görebilir ve kontrol edebilir hale geldi. Garanti BBVA Ödeme Sistemleri CEO’su M. Çağrı Süzer ile Mastercard Türkiye ve Azerbaycan Genel Müdürü Yiğit Çağlayan, bu yeni uygulamanın ayrıntılarını anlattı...

Çağrı Bey, bu teknolojinin Türkiye’de de aktif olarak kullanılması kararı nasıl verildi? Garanti BBVA ile iş birliği nasıl gelişti? Kullanım şeklini örneklendirebilir misiniz?

Artık her 3-4 kartlı ödeme işleminden biri internet üzerinden gerçekleşiyor. Bu ödemelerin önemli bir kısmı ise giderek artan bir trendle yurtdışı merkezli dijital platformlarda yapılıyor. Hatta salgın döneminde bu oran 2 katna kadar çıktı. Kredi kartı kullanıcılarının bu platformlarda ödeme yaparken kart bilgilerini kaydettiklerini, sonrasında hangi kartlarının nerede olduğunu takipte zorlandıklarını gözlemliyoruz. İşte Mastercard ile işbirliğimiz bu müşteri ihtiyacına bir çözüm sunuyor.

Profesyonellerin LinkedIn’de, işyeri sahiplerinin reklam vermek üzere Google’da, oyun oynayanların Sony Playstation’da ya da müzik için Spotify gibi platformlarda milyonlarca kredi kartı kullanıcısının abonelikleri var. Bu aboneliklerde ödemenin hızlı gerçekleşmesi için müşterilerimiz kartlarını kaydediyor. Dolayısıyla kredi kartını fiziki olarak görme ve ödeme kısmı ortadan kalıyor ve yerini daha görünmez dediğimiz bir ödeme deneyimine bırakıyor. Bu da kart sahiplerinde kolay takip ve kontrol ihtiyacını artırıyor.

Ürünümüzün kullanımı oldukça basit. BonusFlaş uygulamasına giren Garanti BBVA kredi kartı sahipleri, “Bana Özel” sekmesi altındaki “Üyelikleriniz” bölümünde Mastercard logolu kartlarına kayıtlı yurt dışı platform üyeliklerinin hepsini bir arada görüntüleyebi-

liyor, ödemelerini geçici olarak kapatıp açabiliyor ya da iptal edebiliyor. Artık 2 tıklama, 10 saniye içinde kartlarınız hangi yurt dışı platformlarda kayıtlı görüp, işlem yapabilirsiniz.

Yiğit Bey, Mastercard’ın “maskeleye” (tokenization) teknolojisinden kısaca bahsedebilir misiniz? Bu teknoloji kullanıcılara nasıl avantaj sağlıyor?

Maskeleye yani tokenizasyon, kredi kartı numaranız gibi hassas verilerin token adı verilen, rastgele ve benzersiz bir değerle ifade edilmesi şeklinde açıklanabilecek bir teknoloji. Bu teknolojiyle kartların yabancı platformlardaki kullanımına, hem bir kontrol yeteneği hem de ilave bir güvenlik adımı eklemiş oluyoruz. Mayıs ayı itibarıyla Türkiye’de ilk kez Garanti BBVA müşterilerine sunduğumuz bu teknolojiyle gerçek kart bilgisi satın alma işlemi için dış dünyayla paylaşılmıyor. İşlem onu temsil eden token’larla yapılmış oluyor.

Mastercard maskeleye teknolojisiyle “kartımı hangi uygulamalara kaydettim, hangi kartımı hangi platformda kullanıyorum” kaygısını da ortadan kaldırıyoruz. Kart sahiplerinin, yurtdışı internet sitesi ya da yabancı kaynaklı mobil uygulamalarda kartlarını kaydederek gerçekleştirdikleri dijital abonelik ve ödeme işlemlerinde, ekstra bir güvenlik katmanı ve kontrol imkanı sağlanmış oluyor. Mastercard logolu kartlara özel bu uygulamayla kart sahipleri, kartların hangi yurtdışı üye işyerlerinde kayıtlı olduğu bilgisini bankasının dijital kanallarından zahmet-sizce görüntüleyebiliyor, geçici olarak kullanıma kapatabiliyor. Tüm bu ayrıcalıklar Mastercard kart sahipleri için BonusFlaş’ta, Garanti BBVA tarafından sunuluyor.



Fatura tahsilatından açık bankacılığa N Kolay'ın dijital dönüşüm rotası



N Kolay Genel Müdürü
Haluk Yum

N Kolay Ödeme Kuruluşu Genel Müdürü Haluk Yum'a göre, Covid-19 salgınıyla birlikte hızlanan dijital dönüşümden geri dönüş olmayacak. Geçen yıl aldığı faaliyet genişleme izniyle, işletmelere sanal ve fiziki POS hizmeti vermeye başlayan N Kolay, yakında elektronik para lisansı da alacak. Açık bankacılıkla ilgili düzenlemeleri heyecanla bekleyen şirketin rotasında yurtdışına açılmak da var...

E. ESİN GEDİK

Fatura ödeme merkezlerinin ilk halini hatırlar mısınız? Hani yaklaşık 15 yıl önce pıtrak gibi Türkiye'nin hemen her yerinde açılmışlardı. Lisans, yetki hak getire... Hal böyle olunca, fatura paralarını toplayıp bir gecede ortadan kaybolup da binlerce mağdur yaratan örneklere şahit olmuşuk... İşte N Kolay, sektördeki bu boşluğu görerek faaliyetlerine başladı. 2006 yılında çeşitli bankalarla anlaşmalar yapan şirket, birçok fatura tahsilat noktasını bünyesine alarak Türkiye çapında geniş bir ağ kurdu.

Aradan geçen sürede N Kolay, verdiği hizmet ağını genişletmek amacıyla çeşitli işbirliklerine gitti ve zamanla para transferi, elektrik-su-doğal gaz aboneliği, fiziki ve sanal POS gibi alanlara yayıldı. 2021 ise anlaşılan N Kolay için değişimin çok daha radikal bir şekilde yaşanacağı bir yıl olacak gibi. Çünkü şirket artık finans dünyasının önemli bir oyuncusu ve hatırı sayılır bir FinTek'i olma yolunda hızla ilerliyor.

N Kolay Genel Müdürü Haluk Yum ile şirketin bu dönüşümünü, yeni plan ve projelerini konuştuk...

N Kolay'ın ulaştığı seviyeyi veriler eşliğinde paylaşabilir misiniz?

Sektöründe Türkiye'nin en büyük ve en yaygın ağına sahip şirketiz. 570'i aşan N Kolay İşlem Merkezi ve yaklaşık 3 bin 500 N Kolay kiosk'uyla hizmet veriyoruz. Aynı zamanda, ülkemizin en önemli perakendecileri ve telekomünikasyon şirketleriyle 2019 yılında imza attığımız işbirliği kapsamında fiziki nokta sayımızı 81 ilde 13 binin üzerine taşıdık.

Ortalama yıllık 80 milyon işlem adedi ve 7.2 milyar TL işlem hacmiyle Türkiye'nin tüm illerinde fatura tahsilatı, yurtiçi ve yurtdışı para transferi başta olmak üzere pek çok ödeme hizmetine aracılık ediyoruz. N Kolay, müşterilerinin hızlı, kolay ve güvenli bir şekilde ödeme işlemlerini yapmasını sağlıyor.

Ekibimiz hizmet ağımızın ve hacmimizin genişlemesine paralel olarak büyüyor. Hepsini alanlarında uzman 85 kişilik çalışmamız var. Ayrıca kendi işinin sahibi 570 YİM (Yetkili İşlem Merkezi) ve çalışanlarıyla birlikte toplamda 2 binin üzerinde istihdam sağlıyoruz.

N Kolay'ın müşteri profili hakkında bilgi verir misiniz? Hangi yaş grubu, sosyo-ekonomik sınıf daha çok tercih ediyor?

N Kolay, bankacılık sektörünün kapsayamadığı, bankalarda hesabı olmayan veya bankalarda hesabı olsa dahi -ki yaklaşık yüzde 65'inin kredi kartına sahip olduğunu biliyoruz- hesabını aktif olarak kullanmayan, dolayısıyla otomatik ödeme talimatı vermeyen, internet bankacılığı uygulamalarını kullanmayan geniş bir kitleye fatura tahsilatı ve para transferi başta olmak üzere tüm ödeme hizmetlerini sunuyor. "Her mahalleliye bir N Kolay hizmet noktası" sloganına paralel, tüm Türkiye'ye yayılmış yaklaşık 13 bin temsilcimizle ülkemizin en ücra köşelerine kadar finansal hizmet ulaştırıyoruz.

Dijital oyun dünyası ve ön ödemeli kartlara para yükleme hizmetleriyle birlikte genç nüfus hizmet almaya başlasa da müşterilerimizin önemli bir kısmını 45-65 yaş arasında olan orta yaşta vatandaşlarımız oluşturuyor. Özellikle ev kadınları tarafından fiziki noktalarımız tercih ediliyor. Bu sebeple, nakitsiz topluma geçiş ve dijitalleşme sürecinde kilit noktada bulunduğumuzu, bu dönüşümde önemli bir rol oynayacağımızı söyleyebiliriz.

8 BİN ŞOK MAĞAZASI AYNI ZAMANDA FİNANSAL HİZMET DE VERİYOR

Son dönemde üçüncü partilerle yaptığınız çeşitli işbirlikleri var, bunlar hakkında ayrıntıları paylaşabilir misiniz? Pazardan nasıl bir ilgi gördünüz, gündemde yeni işbirlikleri var mı?

2019 sonlarına doğru ülkemizin en büyük ve en çok tercih edilen perakende marketlerinden ŞOK ile işbirliği başlattık. Bu kapsamda tüm ŞOK mağazalarında müşteriler, alış-



verişini yaparken elektrik, su, doğalgaz gibi 250'den fazla kurumun faturasını ödeyebiliyor, banka hesaplarına para göndermek, kredi kartı borcu ödemek, ŞOK'tan ŞOK'a para havalesi yapmak gibi önemli finansal ihtiyaçlarını, haftanın 7 günü geniş hizmet saatlerinde giderebiliyor.

Salgın sürecinde, bu işbirliğinin aslında bizden çok vatandaşlar için ne denli önemli olduğunu gördük. Birçok yerin kapalı olduğu zaman dilimlerinde hem fatura ödememinin hem de para transferinin bu zorlu süreçte ne kadar büyük bir kolaylık olduğuna şahitlik ettik. Düşünsenize, Gaziantep'te yaşıyorsunuz ve Edirne'de üniversite okuyan bir kızınız var. Pazar günü para göndermeniz gerekiyor. En yakın ŞOK mağazasına gidiyor, tutarı kasiyere verip para transferi talebinizi iletiyorsunuz. Saniyeler sonra kızınız kendisine en yakın ŞOK mağazasından parayı anında alabiliyor. Banka hesabına gerek yok, teferruat ve bürokrasi yok. Aynı zamanda oldukça ucuz.

Türk bankacılık sistemindeki 48 bankanın tamamının şube sayısının 9 binlerde olduğunu, en büyük bankanın 2 binden daha az şubeye sahip olduğunu düşündüğünüzde, 8 binden fazla ŞOK mağazasıyla verilen bu hizmetin ne kadar yaygın olduğunu daha iyi anlıyorsunuz.

Yeni işbirlikleri üzerindeki çalışmalarımız sürüyor. Yeni dünyada hikaye biraz da işbirliklerine döndü. Paydaş ekonomisini hayata geçirdiğinizde, üçüncü partilerle birlikte onların da hacimlerini geliştirecek işbirlikleri yaptığımızda herkes için çok daha avantajlı bir ortam yaratmış oluyorsunuz. Her gün yeni şirketler kuruluyor, yeni ürünler geliştiriliyor. Rekabetin bu kadar yoğun olduğu bir ortamda şeffaf ve herkesin fayda sağladığı çözümler geliştirmek önemli.

Salgın döneminde insanlar birçok işlemi online olarak yapmaya yönlendirildi. N Kolay olarak bu süreci nasıl geçirdiniz, işlem hacminize nasıl yansıdı?

Daha ziyade hesapta bakiye bulundurmamaya ve bu yüzden internet bankacılığı gibi online kanallara rağbet göstermeyen bir kitleye hizmet verdiğimiz için mobil gibi, web gibi dijital alternatif kanalları ön plana çıkarmamıştık. Salgın döneminde bu önemli ihtiyaca binaen hızla alternatif ödeme kanallarına eğildik. Bu noktada çok önemli buldu





ğum bir gözlemimi de paylaşmak istiyorum. Akıllı telefon sahiplik oranı, internet kullanım oranı gibi dijitalleşmeyi destekleyen birçok radikal değişikliğe şahitlik etmemize karşın, fatura ödeme alışkanlığında dijitalleşmenin aynı oranda gerçekleşmediğini görüyoruz. Hatta çok yavaş bir değişim söz konusu. Sanırım, elektrik-su-doğalgaz gibi fatura ödemeleri içinde otomatik ödemenin payının 10 yılda yüzde 29'lardan ancak yüzde 34-35'lere çıkabildiğini söylediğimde birçok kişi şaşıracaktı. İster bankacılığın kapsayıcılık sorunu deyin ister ekonomik gerekçeler, tablo böyleydi. Fakat salgın döneminde e-ticarete olduğu gibi çok radikal bir dönüşüm izledik. Belki talimatlı ödeme tarafına büyük bir kayış olmadı ama insanlar web, mobil gibi kanallardan işlem yapmaya başladı. Sonuçta fiziksel

platformumuzda müşteri frekansı düşerken, dijital kanallarda sokak kısıtlamalarına paralel yüzde 10 ila 15 arasında artış gözlemledik.

"İŞLETMELERE FİZİKİ VE SANAL POS HİZMETİ VERMEYE BAŞLADIK"

Salgın döneminde yeni ürün ve hizmetler geliştirdiniz mi?

Salgın dönemindeki dönüşümün tek yönlü olmadığını ve artık eski alışkanlıklara, en azından kendi sektörümüzde, geriye dönüşün olmadığını biliyoruz. Aynı şekilde müşterilerimizin de mevcut alışkanlıklarının ve ihtiyaçlarının farkındayız. Hesapta bakiye tutmayan ve bankacılık ürünlerini kullanmayan müşterilere mobil uygulamalardan hizmet vermenin zorluğunu en iyi biz biliyoruz. Bu yüzden de ana işimizi yeniden konumlandırırken, fiziksel platformlarımızı kullanan müşteri kitemizin ihtiyaçlarından kopmamaya, uzaklaşmamaya gayret ediyor, ek maliyetler getirmeden onların hayatlarını nasıl kolaylaştıracağımıza odaklanıyoruz. Yani dönüşüm hızımız, müşterilerimizin ihtiyaçlarına endekslili ve kendi iç dinamiklerine göre şekilleniyor. 2020 yılında hem yeni bir ürün geliştirdik hem de yepyeni bir alana giriş yaptık. Aldığımız PF (payment facilitator - ödeme kolaylaştırıcı) lisansı ile birlikte müşteri portföyümüze işletmeleri de kattık. İşletmelere hem fiziki POS



SIRADA E-PARA LİSANSI ALMAK VE YURTDIŞINA AÇILMAK VAR

Şirketinizin orta ve uzun vadeli hedefleri neler? Hizmet ağınıza yurtdışına açmak konusunda planlarınız var mı?

N Kolay Ödeme Hesabı hizmetlerimizle açık bankacılık faaliyetini aynı App'te buluşturarak hem "nakitsiz toplum" projesine katkıda bulunmayı hem de müşterilerimizin bireysel finansal yönetimlerini daha verimli yapmalarını sağlamayı

amaçlıyoruz. Bu amaçla daha önce uzak durduğumuz elektronik para alanına da sıcak bakıyoruz. Lisans almak için çalışmalara başladık. İznimizi alır almaz ödeme hizmetlerinin her alanında hizmet verir hale geleceğiz.

Planlarımız arasında elbette yurtdışı da var. Aslında salgın başlamadan önce Kosova ve Tunus'ta bazı girişimlerimiz olmuştu. Salgın

nedeniyle kesintiye uğrayan bu anlaşmaları canlandıracağız. Türkiye Cumhuriyetleri, Balkanlar ve Ortadoğu ülkeleri olmak üzere potansiyel olduğunu düşündüğümüz tüm bölgelerde bir Türk markası olarak ödeme hizmeti sunan yaygın bir ağa sahip olmayı istiyoruz. Her ülkenin farklı düzenlemeleri ve farklı ihtiyaçları var, dolayısıyla pazarı analiz edip ona göre hareket edeceğiz.

hem de sanal POS hizmeti vermeye başladık. Fiziki POS üye işyeri ediniminde ve sanal POS hizmeti verilmesinde fiziki noktalarının satış gücünden faydalanarak fark yaratmayı planlıyoruz.

Tüm hayatın dijital dünyaya kaydığı bir dönemde şirketinizin dijitalleşme stratejisinin ayrıntılarını öğrenebilir miyiz?

E-ticaret hacminin hızla arttığı, kartlı ve temassız harcamalarda alışkanlıkların değiştiği, linkle ve QR kod ile ödemenin yaygınlaştığı bir yılı geride bıraktık. Bu noktadan geriye gördüğümüzü, bilakis değişimin daha da ivme kazandığını hepimiz biliyoruz. Dijitalleşen dünyada elbette biz de yeni ve mevcut iş modellerimizi dijitalle taşımak için çalışmalar yürütüyoruz. Sonuçta henüz dijitalle pek tanışmamış büyük bir kitleye hizmet veriyoruz. Az önce de değindiğim üzere, her ay faturalarını ödeyen, para transferi yapan bu 6-7 milyon ailenin dijital dönüşümünde kilit bir noktada olduğumuzun farkındayız. Kolaylık ve daha düşük maliyet tüm bireyler için vazgeçilmez unsur. Dolayısıyla doğru ürün ve doğru iş modelleriyle bu dönüşüme kısa sürede büyük katkı sağlayacağımızı düşünüyoruz.

Diğer taraftan, mevcut müşteri portföyümüzün dışında, farklı müşteri kitlesini hedef alan yeni ürünlerimizle de hizmet vermeye başlıyoruz. Açık bankacılıkla birlikte finansal hizmetlerin demokratikleşeceği ve verinin kullanım inisiyatifinin müşteriye geçeceği yeni dönemde, müşterilerimizi, finansal işlemlerini N Kolay ayrıcalığıyla yönetebilecekleri bir mobil uygulamayla buluşturmak istiyoruz. Açık bankacılığın tüm unsurlarıyla birlikte devreye girmesi akabinde, müşterilerimizin banka varlıklarını da ödeme sistemleri kapsamında ve mevzuatın izin verdiği ölçüde tek bir uygulamadan kullanabileceği bu mobil uygulamamızla, müşterilerimize banka bağımsız bir deneyimle finansal işlemlerini kolaylıkla yapma imkânı sağlayacağız.

“AÇIK BANKACILIK HİZMETİ VEREN İLK ŞİRKETLERDEN BİRİ OLACAĞIZ”

Haluk Bey, planlarınızı dinleyince tahsilat işlemleri dışında yepyeni bir dünyaya hazırlandığınızı ortaya çıkıyor. Yeni dönemde nasıl bir N Kolay göreceğiz, biraz ayrıntı verebilir misiniz?

Haklısınız, artık yeni bir mecraya doğru hızla yol alıyoruz. 15 yıldır bu sektörde, bireylere fatura ödeme ve para transferiyle verdiğimiz hizmeti yeni bir ürünle ticari işletmelere de taşımaya karar verdik. Ödeme geçidi platformumuz sayesinde müşteriler, ürün veya hizmet aldıkları e-ticaret sitelerinde ödeme aşamasında basit ve hızlı bir deneyimle ve güvenlik kaygısı olmadan işlemlerini yapabilecek. Farklı segmentlerde edineceğimiz üye işyerlerimiz, müşterilerine

hem sanal hem de fiziki olarak N Kolay Ödeme deneyimini sunarken, kendi işlemlerini ve nakit akışlarını kolay ve pratik bir panel üzerinden yönetebilecekler. Yine sektörün ihtiyacı olan soft POS ürünü ve VUK 507 sayılı tebliğin getirdiği yenilikler kapsamında, önemli işbirlikleriyle çok yakında müşterilere hizmet vereceğimizi söyleyebilirim. N Kolay, BKM nezdinde yürütülen açık bankacılık entegrasyon altyapı çalışmaları tamamlanır tamamlanmaz bu alanda izin alarak faaliyet gösteren ilk şirketlerden biri olacak.



“DİJİTAL BANKACILIK İÇİN LİSANSIN İÇERİĞİNİ BEKLİYORUZ”

Finans sektörünün hemen her alanında yer almayı hedefleyen N Kolay'ın dijital bankacılık alanında da faaliyet göstermesini beklemek sürpriz olmayacak. Haluk Yum, bu konudaki planlarını da şöyle anlatıyor: “Aslında dijital bankacılık lisansı ve lisans çeşitlemesi konularında konuşmak için erken. Sermaye yeterlilik kriteri, fiziki nokta sınırlandırmasının olup olmayacağı ve farklı segmentlerde hizmet verebilme gibi hususlar netleşmeden bir şey söylemek zor. Uzaktan müşteri ediniminin önündeki engeller kalkınca, artık tüm finansal işlemler uçtan uca online yapılabilir hale geldi. Yani FinTek gibi faaliyet gösteren Bankalar, Şubelere ihtiyaç duymayan Dijital Banka gibi de hizmet verebilecek. Ancak dijital bankacılık lisansıyla birlikte finansal piyasalara farklı sektörlerden farklı oyuncuların gireceğinde herkes hemfikir. Rekabette yeni bir dönemle birlikte, yenilikçi iş modelleri geliştiren, müşterilere daha sorunsuz deneyim sunan ve tüm paydaşlarla hızlı iş birliğine girebilen organizasyonlar daha kalıcı olacaktır. Nkolay olarak bu yeni dönemde bireylerin yanı sıra KOBİ'lerin de finansal ürünlere daha kolay ve daha düşük maliyetle erişimini amaçlıyoruz.”

E-para ve ödeme hizmetleri için devrimsel nitelikte bir iş modeli



*Architech Genel Müdürü
Dr. Mücahit Gündebahar*

2021'in ilk çeyreği küresel düzeyde risk sermayesi destekli FinTek yatırımları açısından rekorlara sahne oldu. Küresel bir marka ve "unicorn" olma vizyonuyla faaliyet gösteren Architech de rekabetin her geçen gün arttığı e-para ve ödeme hizmetleri pazarına yönelik geliştirdiği uçtan uca teknolojik altyapı çözümleriyle öne çıkıyor. Architech Genel Müdürü Dr. Mücahit Gündebahar, özellikle yeni geliştirdikleri Airplatform'un devrimsel nitelikte bir iş modeli olacağına inanıyor...

30 yıllık finansal teknoloji deneyimini bünyesinde barındıran Architech, başta Türkiye olmak üzere dünyadaki FinTek ekosistemine öncülük edecek küresel bir marka ve “unicorn” olma vizyonuyla faaliyet gösteriyor. Architech Genel Müdürü Dr. Mücahit Gündebahar, “Küresel anlamda SaaS ve FinTek birleşiminde ürünler üretmek söz sahibi olmak ve Türkiye’yi yurtdışında önder ve yol gösteren bir finansal teknoloji şirketi olarak temsil etmek istiyoruz. Bu kapsamda lansmanımı şubat ayında yaptığımız SaaS versiyonuna ilave olarak on-premise modeliyle de çalışabilen Airplatform ürünümüzle e-para ve ödeme şirketlerinin teknolojik altyapılarını uçtan uca sağlayabiliyoruz” diyor...

Gündebahar ile FinTek ekosistemindeki gelişmelerin yanı sıra Architech’in geliştirdiği çözümleri konuştuk...

2021 yılının ilk dönemindeki Küresel FinTek yatırımlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

2021 yılının ilk çeyreği risk sermayesi destekli FinTek’ler için gerek yatırım tutarları gerekse işlem sayısı açısından rekorlara sahne oldu. Mega yatırım turlarına tanık olduk. Risk sermayesi destekli FinTek firmaları dünya çapında toplam 22.8 milyar dolar yatırım aldı. Böylece, 2018 yılının ikinci çeyreğindeki 22.3 milyar dolarlık toplam yatırım rekoru kırılmış oldu. İşlem sayısı açısından, Afrika hariç küresel düzeyde yükseliş söz konusu oldu. Bu dönemde gerçekleşen 614 işlem, 2019 yılının son çeyreğinden bu yana en yüksek işlem sayısı olarak kayıtlara geçti. Mega yatırım turlarının (100 milyon doların üzerinde) sayısı ise bu dönemde 57 oldu. Bu da 2018 yılının ilk çeyreğinden bu yana en yüksek sayıya işaret ediyor.

Peki risk sermayesi parası hangi alanlarda faaliyet gösteren FinTek’lere aktı? Bu sorunun cevabı, finansın en çok hangi alanlarının, hangi bölgelerin ve belirli rakiplerin en çok dikkat çektiğini anlamamıza yardımcı olacaktır. Bu bakış açısı, stratejilerin önceliklendirilmesine de katkı sağlayabilir. Bu açıdan söz konusu rekorlara yakından baktığımızda; ödemeler, dijital cüzdan ve para transferi alanlarında faaliyet gösteren FinTek firmalarının öne çıktığını görüyoruz. CB Insights Fintech 2021 ilk çeyrek raporuna baktığımızda, bu alanlarda faaliyet gösteren FinTek firmalarının aldığı yatırımlar 2020 yılının son çeyreğine göre yüzde 188 artarak 6 milyar dolara, işlem sayısı da yüzde 50 artarak 114’e ulaştı. Öte yandan, toplam yatırım tutarının yüzde 75’ini 18 mega yatırım turu oluşturdu.

Türkiye’de e-para ve ödeme şirketlerinin geleceği hakkında öngörüleriniz nelerdir?

Türkiye’de halihazırda lisanslı aktif 22 e-para kuruluşu ve 34 ödeme kuruluşu faaliyet gösteriyor. Bildiğimiz kadarıyla bir bu kadar da lisans almayı bekleyen firma var. Durum böyle olunca ciddi bir rekabet ortamı bekleniyor. Hızlı büyüyeabilen, kaliteli teknolojik altyapı entegrasyonunu en kısa sürede sağlayıp kendi faaliyet alanlarına odaklanan e-para ve ödeme şirketlerinin bu ortamda öne çıkacağını öngörüyoruz.

Bu noktada şirketinizden kısaca bahsederseniz, Architech’in e-para ve ödeme şirketlerine sunduğu ürünleri bizlerle paylaşabilir misiniz?

Malumunuz Architech faaliyetlerine 2015 yılında başladı. Her ne kadar genç bir şirket gibi görünsek de finansal teknolojilerdeki tecrübemiz bir hayli eskiye dayanıyor. Architech olarak 30 yıllık finansal teknoloji deneyimini bünyemizde barındırıyoruz. Bu deneyimimizle başta öncülük edecek küresel bir marka ve “unicorn” olma vizyonuna sahibiz. Bu vizyon doğrultusunda iş modellerimizi sürekli güncelliyor ve yeni ürün yatırımları yapıyoruz. Sizin de bildiğiniz gibi dünyada genel anlamda finansal teknolojiyle birlikte yazılım, hizmet olarak ürünleştiriliyor. Artık yazılımlar lisansıyla satılmaktan ziyade hizmet olarak, abonelikte sunuluyor. Burada ciddi bir yükseliş gözlemliyoruz. Biz de küresel anlamda SaaS ve FinTek birleşiminde ürünler üretmek burada da söz sahibi olmak ve Türkiye’yi yurtdışında önder ve yol gösteren bir finansal teknoloji şirketi olarak temsil etmek istiyoruz. Bu kapsamda lansmanımı şubat ayında yaptığımız SaaS versiyonuna ilave olarak on-premise modeliyle de çalışabilen Airplatform isimli ürünümüzle e-para ve ödeme şirketlerinin teknolojik altyapılarını uçtan uca sağlayabiliyoruz.



Airplatform ürününüzün e-para ve ödeme kuruluşu şirketlerine sunduğu avantajlar nelerdir?

Airplatform için bizim bir mottomuz var. “İhtiyacınız olan teknolojik altyapıyı Airplatform’a bırakın, siz ana faaliyetlerinize ve büyümeye odaklanın” diyoruz. Bu avantajları şu şekilde sıralayabiliriz:

■ **Hızlı ve kolay kurulum:** Müşterilerimiz hiçbir IT sürecine dahil olmadan, uygulama kendi uzman kadrolarımız tarafından kurulum, yönetilir ve bakımları yapılır.

■ **Hızlı büyüme:** Müşterilerimizin sadece ana faaliyetlerine odaklanmasına ve pazarını geliştirmesine olanak sağlar.

■ **Maliyet optimizasyonu:** Yetenekli ve uzman teknoloji insan kaynağı bulmanın zor ve rekabetin yüksek olduğu bilgi teknolojileri sektöründe, bu kaynağın maliyeti de yüksektir. Airplatform bu nokta da büyük bir avantaj sağlıyor: Müşterilerimizin teknik kadro çalıştırmasına gerek olmadan uygulamalarının özelleştirilmesini Airplatform ekibine aktarmaları yeterli.

■ **Ölçeklenebilirlik:** Az sayıda veya milyonlarca müşteriniz olsun, Airplatform ile her zaman sorunsuz ve yüksek performansla hizmet alabilirsiniz.

■ **“Kullandıkça öde” modeli:** Bildiğimiz üzere güncel ve yüksek teknoloji oldukça maliyetli ve sadece sermayesi yüksek firmalar tarafından karşılanabiliyor. Airplatform kullanıcıları, ödemelerini müşteri sayılarına göre aylık olarak yapar. Peki bu ne demek? “Kullandıkça öde” fiyatlandırmamız, butik FinTek’lerin de uygun maliyetlerle yüksek ve sürekli güncellenen teknolojik altyapıya erişmesine olanak sağlar.





from ARCHITECHT

Finansal teknoloji alt yapınızı bizimle oluşturun.

Airplatform

Airplatform'u mevcut diğer SaaS ürünlerden ayıran ne gibi özellikleri var?

Öncelikle BDDK ve Merkez Bankası standartlarında ve daha önce birçok sertifikasyondan geçmiş teknik ve iş mimarimiz var. Bunun haricinde piyasa koşullarına hızlıca uyumlanmak için gerekli olan "low code - tanım tabanlı" şu sistemlerimiz var:

- BPM
- BRE
- Fraud
- Muhasebe
- Raporlama
- Komisyon
- Slip

Son olarak hızlı onboarding sürecine olanak sağlayan sistemler, güncel teknolojilerle sunulmuş API uçları yer alıyor.

Dergimizde de haberini yaptığımız üzere Airplatform'un lansmanını bu yılın başında yaptınız. Bu süre zarfında Airplatform'a yönelik ilgiden/talepten memnun musunuz?

Airplatform'un lansmanını yaptığımız şubat ayından itibaren, ürünümüze e-para ve ödeme kuruluşlarının yoğun talebi oldu. Hedef kitemiz olan e-para ve ödeme kuruluşlarına ilave olarak kendi dijital cüzdanlarını oluşturmak veya fatura ödeme hizmeti vermek isteyen zincir mağazaların da ilgisi oldukça yüksekti.

Buna ilave olarak sizlerin de yakından takip ettiğiniz üzere geçen ay gerçekleşen IDC Finans Zirvesi 2021'de, finans teknoloji ödülleri sahiplerini buldu. Henüz sek-

törümüzün en genç oyuncuları arasında yer alan Airplatform'un 88 proje arasında kendi kategorisinde birinciliğe layık görülmesi bizleri oldukça gururlandırdı. Hem sektörün hem de IDC gibi prestijli kurumların ürünümüze gösterdiği ilgi motivasyonumuzu daha da artırıyor.

Architech'tin geçen şubat ayında lanse ettiği Airplatform, IDC Finans Zirvesi 2021'de, "Yılın En İyi Dijital Kanallar Projesi" kategorisinde, 88 proje arasında birinciliğe layık görüldü...

Airplatform ile ilgili teknik bilgi almak ve ürünle ilgili gelişmeleri yakından takip etmek isteyen sektör temsilcilerini hangi kanallara yönlendirmek isterseniz?

Airplatform.com web sitemizden 30 saniye içinde canlı demo görüşmesi planlayarak ürün ekibindeki arkadaşlarımızdan doğrudan bilgi alabilecekleri gibi Twitter ve LinkedIn sosyal medya hesaplarımızdan da ürünle ilgili son gelişmeleri takip edebilirler.

Özetlemek gerekirse, Airplatform'un Türkiye'de devrimsel nitelikte bir iş modeli sunacağına inanıyoruz. Dijital bankacılıkta ortaya koyduğumuz başarıyı e-para ve ödeme kuruluşlarına teknolojik altyapı sunma konusunda da ilerleteceğiz. ☺








İçer Dışer Bir

Verisoft için iř 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 deme zmleri
-  Dijital deme zmleri
-  POS Yazılım ve Entegrasyonu
-  Sahtekarlık nleme ve izleme Sistemi
-  Sadakat Kart Uygulamaları
-  Kart Basım ve Kiřiselleřtirme zmleri
-  deme Donanım zmleri



sales@verisoft.com | 0212 483 72 72
verisoft.com

Amerika'ya ihracatın KUTUP YILDIZI



Okan Barlas

Salgınla birlikte ABD'nin yıllık e-ticaret hacmi 780 milyar dolara, Amazon.com'un bundaki payı ise 280 milyar dolara çıktı. Ancak Amazon.com'da ürün satmak isteyenlerin Barlas Consulting'e en azından fikir sormasında yarar var. Neden mi? Okan Barlas ile bu röportajımızı okuyunca eminim hak vereceksiniz...

**ABDULLAH
ÇETİN**

Deyim yerindeyse çekirdekte yazılımcı Okan Barlas. Tıpkı Bill Gates, Steve Jobs gibi o da üniversite terk. Öyle ki daha okulun ilk günlerinde hukuk eğitimini bırakmış. “Bu işi asla yapamayacağımı düşünüp en iyi bildiğim bilgisayar, yazılımı işine döndüm” diyor... Barlas, lisedeyken, 17 yaşında yazılımcı olarak bilişim sektörüne giriş yapmış. “Üniversite terk” dediysek bu işin alaylılarından değil. Dönemin Microsoft eğitimleri konusunda uzman şirketi Netron Bilişim Akademisi'nde işe başlayıp kısa sürede yönetici pozisyonuna yükselmiş. Sonrasında Bilge Adam gibi Microsoft eğitim merkezlerinde

üst düzey pazarlama yöneticiliği yapmış. Girişimcilik hikayesi de yine bu alanda kurduğu BT Akademi ile başlamış. Bu arada danışmanlıklar da yapmış. 2011 yılında Tatil.com CEO'suyken profesyonel yöneticilik defterini tamamen kapatıp tamamen kendi girişimlerini yönetmeye başlamış.

“Yaşım 41. İş hayatına başlayalı 22-23 yıl geçmiş” diyen Okan Barlas, girişimlerine yatırım alma, kârlı olarak satma konusunda da maharetli. Örneğin, 2012 yılında kurduğu “Hemen Kiralık” 8 milyon dolar yatırım almış. Öyle ki yatırımcılar arasında dünya devi Expedia bile var. O kadar yatırıma rağmen, bu şirketin salgın nedeniyle ge-

çen yıl şubat ayında kepenk kapatmak zorunda kaldığımız belirtelim...

Barlas Consulting kurucusu ve Send4US kurucu ortağı Okan Barlas ile Amerika'da e-ticaret yapmanın püf noktalarını konuştuk...

Amerika maceranız nasıl başladı? Barlas Consulting ve Send4US orada hangi hizmetleri veriyor?

Amerika serüvenim, bir arkadaşla birlikte 2017 yılında kurduğumuz Tripedia şirketiyle başladı. Dünya çapında turlar, aktiviteler, transfer hizmetleri için platform sağlıyorduk. Ancak salgın nedeniyle bu şirketimizi de devretmek zorunda kaldık. 2019 yılından itibaren tamamen ABD'ye yerleştim. Daha önce de Amazon.com üzerinden private label olarak ürün satışları yapıyorduk. Halen de bu şekilde ürettirdiğimiz ürünlerin satışını yapıyoruz. Bu konuda ciddi bir know how edinmiştik. Yakın çevremizden başlayarak bu konuda danışmanlık hizmeti vermeye başladık. 2020 itibarıyla da Barlas Consulting adıyla kurumsallaştık. Çünkü artık Türkiye'nin önde gelen üreticileri de bizden hizmet talep etmeye başlamıştı. Özellikle kozmetik, hijyen malzemeleri satışı konusunda hizmet verdiğimiz önemli firmalar var. Salgın döneminde bu alanlarda satışlar hızla arttı.

Barlas Consulting, özellikle dijital ortamda satış ve pazarlama faaliyetleri için danışmanlık sağlıyor. Amerika'da şirket kuruluşundan tutun da hangi pazaryerinin tercih edilmesi gerektiğine, Amazon.com hesabının açılmasından ürünlerin listelenmesine tüm dijital süreci biz yönetiyoruz. Keza söz konusu ürünün Amerika'ya girmeden önce tabii tutulacağı kontroller olabiliyor. Örneğin bir gıda ürünüyse oradaki FDA kurumundan belge alınması gerekiyor. Bu gibi durumlarda hukuk tarafındaki partnerlerimizden destek alıyoruz. Kısacası tek noktadan her türlü desteği sunabilecek bir yapı oluşturduk.

Dijital danışmanlık hizmetimizden memnun kalan müşterilerimiz bizden mallarını depolayabilecekleri alan da talep etmeye başladı. Send4US'ı kurduk ve yaklaşık 500 metrekarelik, 150 paletin sığabileceği bir depoya başladık. Şimdi ise 4 bin metrekarelik, yaklaşık 2 bin 800 paletin sığabildiği büyük bir depoya ulaştık. Yaklaşık 40 ülkeye hizmet veriyoruz. Bunlar arasında Japonya'dan bir kahveci de var, Ürdün Devlet Postanesi de var, Türkiye'den irili ufaklı onlarca KOBİ de...

Kısacası Send4US, Barlas Consulting'deki danışmanlık hizmetleri sonrasında ortaya çıkan lojistik ihtiyaçlarından yola çıkarak kuruldu ve kısa sürede hızla büyüdü. Bu sayede 360 derece e-ticaret danışmanlığı verebiliyoruz. Gerek fiziki, gerek dijital gerekse lojistik anlamında...

Danışmanlık hizmetlerinizi biraz ayrıntılandırabilir misiniz? Keza müşteri kitlenizi de...

Başta Amazon.com olmak üzere eBay, Walmart, Shopify gibi ABD'nin en büyük e-ticaret sitelerinde ürünlerini satmak isteyenlere hitap ediyoruz. Bu pazaryerlerinde ürün ya da tedarikçi bulmak isteyenlere de yardımcı oluyoruz. ABD'de kendi e-ticaret sitesini kurmak isteyenlere de ödeme altyapısı dahil tüm hizmetleri sunuyoruz.

Müşterilerimiz ağırlıklı olarak küçük ve orta ölçekli, kendi üretim yapan firmalardan oluşuyor. Zaten en çok kârlılığı



da bu firmalar elde ediyor. Hangi ürünü satacaklarsa satışlar, müşterilerimiz için önce bir analiz hizmeti veriyoruz. Bu konuda Türkiye'nin önde gelen bir bornoz üreticilerinden örnek vereyim... Pamuklu üretim yapıyor. Ama bu pazarın da bir gerçeği var, çabuk kuruyan polyester ürünler daha çok tercih ediliyor. Keza tişört de öyle. Bizde en fazla yüzde 80 pamuk, yüzde 20 polyester karışımı kullanılırken Amerika'da yüzde 100 polyester. Uzakdoğu ürünleri çok satıyor. Kısa süreli kullanılıp atılıyor bunlar. Bildiğiniz gibi polyesterin maliyeti pamuğun dörtte biri civarında. Bu tür incelemeleri göz önüne alarak hammadde, tarz değişiklikleri önerebiliyoruz.

Bu noktada müşterimizin önce rekabet edebilirliğini, bu pazara uygunluğunu araştırıyoruz. Biliyorsunuz ABD, obezitenin en yaygın olduğu ülke. Öyle ki 8XL beden insanlar var. Bizim gibi ülkelerde bilemedin 3, en fazla 4XL üretiyorsun. Amerika'da geniş bir kitleye hitap etmek istiyorsan her bedene uygun üretim yapman gerekiyor.

Yine ABD'de elbiseleri balkona, bahçeye asıp kurutma gibi bir alışkanlık da yok. Evlerin yüzde 99'undan fazlasında kurutma makinesi var. Bu makinelere atılan ürünlerin de deforme olmaması lazım. Biz bu yüzden müşterilerimizden ürünlerini önce bize demo olarak yollamalarını istiyoruz. Burada tüm gerekli testleri yapıyoruz. Çamaşır makinelerinde, ortak alanda kullanılan otomatik yıkama/kurutma makinelerinde test ediyoruz. Biliyorsunuz, ABD'de her evde çamaşır makinesi yok, insanlar bu hizmeti dışarıdaki paralı otomatlardan alıyor.

Bir örnek daha... Türkiye'nin önde gelen sıvı sabun üreticilerini Amerika pazarına sokmaya çalışmıştık. Bu pazardaki en önemli rekabet koşullarından birini de kargo maliyetleri oluşturuyor. Özellikle Amazon'da hemen her alışveriş "ücretsiz kargo" ve "ücretsiz iade" sistemiyle yapı





lyor. Bu yüzden, kargo ücretlerini mutlaka maliyetlerinize yansıtmalısınız. Amazon ve diğer büyük e-ticaret pazar-yerleri, kargolarını büyüklük ve ağırlıklarına göre katego-rilendiriliyor. Biliyorsunuz Türkiye’de sıvı sabunlar ağır-lıklı olarak 500 ml olarak ambalajlanıyor. Burada örneğin, New York’taki depodan Kaliforniya’ya gönderirken 500 ml’lik kargo için 7 dolar öderken, 220 ml’ye kadar oldu-ğunda Amazon 3 dolar uyguluyor. Bu yüzden neredeyse tüm satıcıların 220 ml’yi geçemediklerini gördük. Tabii 5’li, 6’lı paketlerle satarak bu handikabı aşmak mümkün. Bu basit bir kural ama öngörmeyip de 500 ml ya da litrelik ürünleri buraya yığarsanız ilk gölü yemiş olursunuz.

Keza salgın sonrası Amazon’da satılan sıvı sabunların an-tibakteriyel olması ve limon esanslı olması dikkat çekici. Öyle ki limonlu olan yüzde 80 satıyorsa ikinci esans olan lavanta onun yüzde 20’si kadar alıcı buluyor. Ürünlerine “aşık” olup da bu tür incelikleri hesaba katma-dan, pazar analizi yaptırmadan satış yapmak isteyenlerin en az yüzde 80’inin hayal kırıklığı ve zararlı bu pazarı terk etmek zorunda kaldıklarına şahit olduk. Hammadde terci-hinden ağırlık ve ölçülere, bölgesel alışkanlıklardan yüzler-ce kriteri titizlikle değerlendirip müşterilerimize pürüzsüz bir yol haritası sunmaya çalışıyoruz.

Tabii bunun bir depolama ayağı var...

Evet, o da son derece önemli. Ürününüzü Ame-rika’daki bir depoya ya da Amazon’un deposuna gönderiyorsunuz. Bu ürüne satılmadığı her gün için bir saklama bedeli ödüyorsunuz.

Kullanım süresi dolduğunda geri çek-meniz gerekiyor. Üstelik bunun için de gümrük ve nakliye bedeli ödeyeceksiniz. Malum, salgının da etkisiyle navlun fiyatları hızla arttı. Öyle ki geçen yıl 1900 dolara gelen konteynır bu yıl 9 bin 500 dolara mal oluyor. Bir de bunu geri çekme-niz gerektiğini düşünün...

Geri almayı imha ettirseniz olmuyor mu?

Olur tabii ama onun da bir bedeli var ve hiç de az değil. Bu konuda, bizim bir müşterimizden, marka belirtmeden bir örnek vereyim:

Bir tahin markası... Biliyorsunuz hammaddesi susam ve içeriğinde eser miktarda da olsa salmonella bakterisi var. Sadece bir paletteki numune alınan üründe salmonella oranı yüksek çıktı. Oysa bu marka daha önce de yüksek miktarlarda bu ürünü ihraç ediyordu ve hiç böyle bir so-run olmamıştı. Bahsettiğim 5 bin dolarlık bir palet. Çeşitli ebatlarda kavanozlar var. FDA, bu ürünlerin yok edilme-sini istedi. Kabul ettik ama bunun için kendi adamlarını göndereceklerini bildirdiler. Saati 200 dolar. Normalde 2.5-3 saat sürecek bir işlem. Ancak gelen kişi, bütün ka-

vanozların içinin tek tek boşaltılmasını istedi. Bu günlerce sürerdi. Biz de bunun üzerine “Sizin gözetiminizde paleti açalım, bir iş makinesiyle kavanozları kırıp ezip, kurallara uygun şekilde atık yerine götürelim” dedik. Önce kabul etmedi ama biraz daha anlatınca ikna oldu. İş makinesi ve nakliye için de bir 500-600 dolar daha vererek bu so-runu bin dolar civarında maliyetle çözebildik. Kısacası 5 bin dolarlık malın yok etme maliyeti 1200 dolara yakın tuttu. Bunu yapmadığın takdirde bu ülkeye mal sokabilme şansın kalmıyor. Fotoğrafi, barkod numarası, her şey kayıt altına alınıyor çünkü.

Enteresan, başka ilginç örneklerle karşılaştınız mı?

Olmaz mı? Türkiye’den bir köpek maması üreticisi, yakın zamanda bizden danışmanlık almak istedi. İhracatın art-masına katkı sağlamak adına bu tür talepleri çevirmiyor, mümkün olduğu kadar yardımcı olmak istiyoruz. Bizden aldığı bilgiler çerçevesinde ABD’deki bir marka için fason üretim yapmış. İlk etapta 100 bin dolarlık mal göndermiş. Alıcı ise 50 bin dolar göndermiş, kalan kısmı malın tama-mını teslim alınca ödeyeceğini bildirmiş... ABD ile asla bu şekilde bir iş yapmayın. Neden mi?

Mal Amerika’ya ulaşmış ama para gönderilmemiş. So-rulunca “Bu üründe sorun var, ödeme yapmayacağız” demişler. Sonrasında telefonlara bile çıkmamışlar. Bunun üzerine beni aradılar ve “Sizden tavsiyeler, bilgiler almıştık ama böyle bir durum yaşadık, ne yapalım” diye sordular. “Üzerine bir bardak soğuk su için” dedim...

Ama Amerika özgürlükler, kanunlar, kurallar ülkesi değil miydi?

O da öyle dedi zaten. Evet, Amerika’da adalet çok iyi çalışıyor ve sen daha ilk celsede davayı kazanır ve 50 bin dolar-ını alırsın. Ama bu 50 bin doları alabilmek için tuttuğun ticari avukata 100 bin dolar verirsin. Öyle ki bu avukatla-rın saati 1500 dolarlara çıkıyor. Bana 2-3 bin dolar danış-manlık ücreti vermemek için ayaküstü verdiğim bilgilerle kendi başına karar verdiği için 50 bin dolardan oldu.

Siz böyle anlatınca sanki şevkim kırıldı... “Fırsatlar ülkesi Amerika”ya ne oldu?

Elbette ABD, açık ara dünyanın en büyük ve en kârlı paza-rı. Salgın öncesi 2019 verilerine baktığımızda 564 milyar dolar yıllık e-ticaret hacminden söz ediyoruz. Bunun 232 milyar dolarını yani tam yarısını Amazon.com karşılamış. Salgınla beraber bu tutar 780 milyar dolara, Amazon.com’un payı da 280 milyar dolara çıktı. Tabii bu veri bile başlı başına iştah kabartıyor. Ancak Amazon’da sizin gibi satış yapan 6 milyon rakip var. Doğru bir yol haritanız ve bir kutup yıldızımız (kılavuzunuz) yoksa gemiyi kayalıklara oturtmanız işten bile olmayabilir. Kurallara uyup doğru stratejiyi belirleyip uyguladığımız zaman Amerika’da para kazanmak kolay. Tabii kısa vadeli düşünmemek lazım. Her işte olduğu gibi yatırım, süreklilik ve istikrar gerekiyor.

Peki Amerika’da hangi ürünler daha çok tercih ediliyor, bunları satmanın incelikleri neler?

Markası Türk olduğu için tercih edilen belli başlı kategori-ler var. Bunların başında da havlu/bornozlar geliyor. ☺

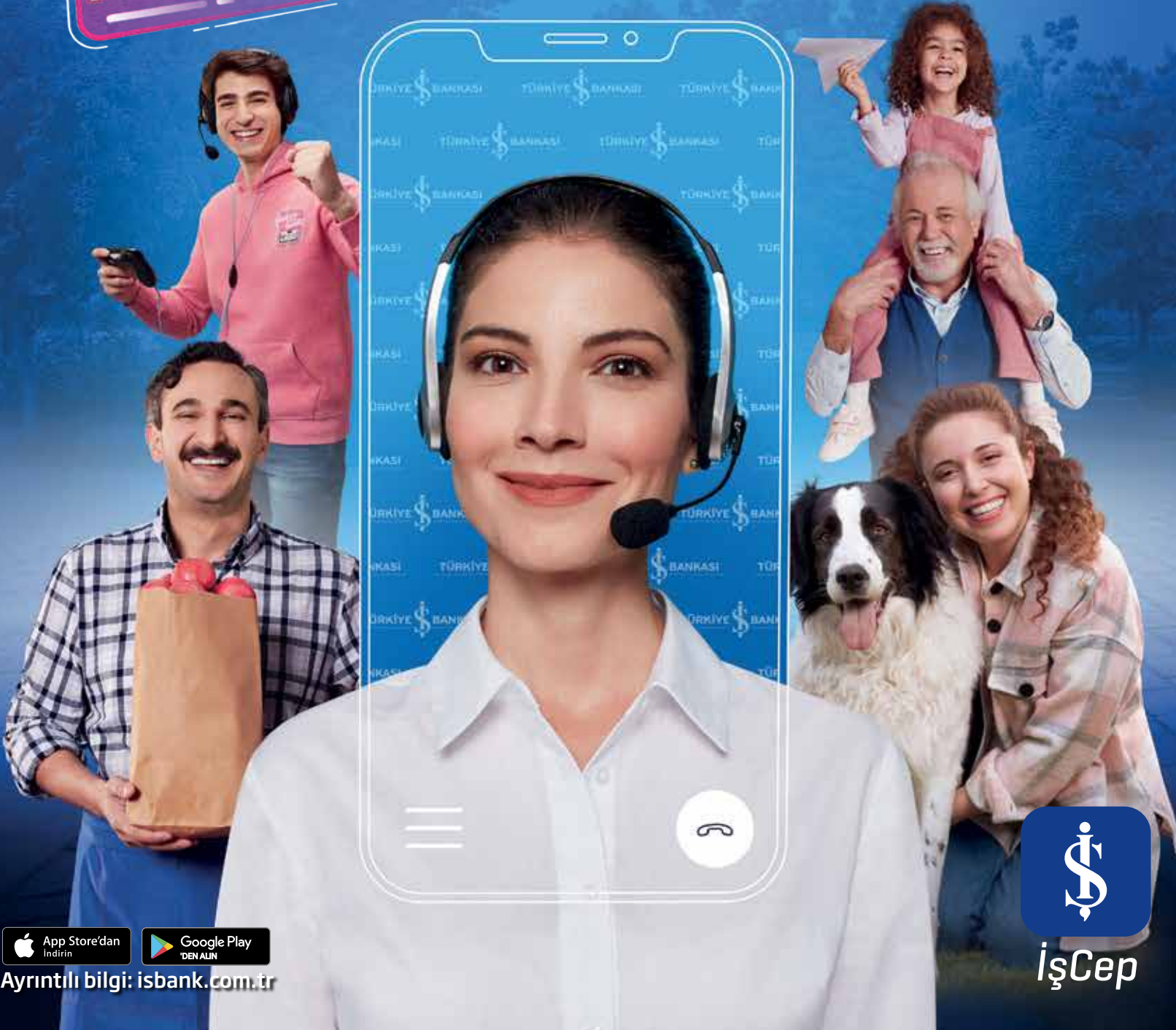


İşCep'ten İş Bankası müşterisi olun, 200 TL MaxiPuan kazanın

Siz de 31 Ağustos'a kadar İşCep'i indirin, dilediğiniz yerden kolayca İş Bankalı olun.
Maximum Kart başvurunuzu yapın, kartınızla tek seferde yapacağınız
200 TL ve üzeri ilk alışverişinize 200 TL MaxiPuan kazanın!

maximum
200 TL
MaxiPuan

Simdiden
Hoş geldiniz



App Store'dan
İndirin

Google Play
'DEN ALIN

Ayrıntılı bilgi: isbank.com.tr



İşCep



Send4US kurucuları: Okan Barlas, Merih Fındık, Onur Kutlubay

“Turkish towel” iyi biliniyor. Çünkü 30 yılı aşkın bir geçmiş var. Denizli burada hayli bilinen bir bölge. Peştemali de çok seviyorlar ama bizim mantukta kullanmıyorlar. Hızlı kurduğu için banyo sonrası ya da plajda kullanmayı tercih ediyorlar. Mikrofiber ürünleri de tercih ediyorlar. Türk mermerini iyi biliyor ve tercih ediyorlar. Geçen yıl mermercilerimizin 320 milyon dolarlık ihracatı da bu ilginin kanıtı. Yıllık toplam mermer ihracatımızın 1 milyar dolar civarında olduğu göz önüne alınırsa çok ciddi bir pay. Afyon, Marmara mermeri burada iyi biliniyor. Hatta bazı bilinen markaların fason üreticilerine ulaşıp doğrudan onlardan mal almaya bile başlamışlar. İşçiliğimizi beğendikleri için “Made in Turkey” etiketli tekstil ürünlerini de tercih ediyorlar. Ancak bunlar dışında çok fazla kategori sayamıyoruz maalesef. Bu konuda devletin öncülük yapmasında, teşvik etmesinde yarar var. Tabii son dönemde sevindirici bazı gelişmeler de yaşanmıyor değil. Trader Joe’s adında ABD’nin önde gelen zincir marketlerinden birinde artık Türkiye’den gelen Napolyon kirazlarını görebiliyoruz. Yine Türkiye’deki çiftliklerde üretilmiş fileto levrekler geliyor. Kurutulmuş Malatya kayısı da yoğun ilgi görüyor. Özellikle de gün kurusu dediğimiz çeşitler. Keza Aydın inciri de ilgi görüyor. Ancak artık “yogurt” diye yazsalar da bunu bir Türk değil Yunan ürünü olarak algılamaya devam ediyorlar. Gerçi yoğurta bizim gibi bir damak tatları yok. Yine baklava da önüne “Yunan” ibaresi konarak satılıyor. Son dönemlerde tedarik zinciri açısından da önemli değişiklikler oldu ABD pazarında. Çin ile Trump döneminde yaşanan sorunlar ve ardından salgın nedeniyle pek çok ürün Çin’den tedarik edilmemez oldu. Onun yerine başta Hindistan olmak üzere diğer ülkelere yönelindi. Türkiye’nin de böylece şans arttı. Örneğin, Çin’den ABD’ye 29 milyar dolarlık bir mobilya ithalatı söz konusuydu. Salgın nedeniyle aksama yaşanınca İnegöl’deki mobilyacılar -ki biz de birkaçına danışmanlık yapıyoruz- pazara giriş yapmaya başladı. Türk mobilyası açısından özellikle bir “ottoman” (bir nevi puf) trendi var. Güzel teklilerden bir koltuğun fiyatı 2 bin, 5 bin hatta 10 bin dolara kadar çıkabiliyor. Amerika’da bireysellik daha ön planda olduğu için ikili, üçlü koltuklar pek rağbet görmüyor. Burada mobilya daha pahalı. İşçilik ve hammaddeye göre fiyatlar belirleniyor.

minde yaşanan sorunlar ve ardından salgın nedeniyle pek çok ürün Çin’den tedarik edilmemez oldu. Onun yerine başta Hindistan olmak üzere diğer ülkelere yönelindi. Türkiye’nin de böylece şans arttı. Örneğin, Çin’den ABD’ye 29 milyar dolarlık bir mobilya ithalatı söz konusuydu. Salgın nedeniyle aksama yaşanınca İnegöl’deki mobilyacılar -ki biz de birkaçına danışmanlık yapıyoruz- pazara giriş yapmaya başladı.

Türk mobilyası açısından özellikle bir “ottoman” (bir nevi puf) trendi var.

Güzel teklilerden bir koltuğun fiyatı 2 bin, 5 bin hatta 10 bin dolara kadar çıkabiliyor. Amerika’da bireysellik daha ön planda olduğu için ikili, üçlü koltuklar pek rağbet görmüyor. Burada mobilya daha pahalı. İşçilik ve hammaddeye göre fiyatlar belirleniyor.

Sanırım ABD’de “hand made” olarak bilinen el işçiliğine de rağbet var...

Evet. Bu konuda bizim de hizmet verdiğimiz Etsy adında bir platform var. Ağırhalk olarak el işçiliği ürünleri satılıyor. Orada şu sıralar özellikle Uşak halılarına rağbet var. Kullanılmış Uşak halılarını toplayıp restore edip satışa sunan bir firmayla tanıştım yakın zamanda. El işçiliği olanların fiyatı çok çok yüksek rakamlara çıkabiliyor. Hatta 30 yıllık makine halıları 3-5 bin dolara alıcı bulabiliyor. Delik, yırtık olanlar bazen daha yüksek fiyata satılabiliyor. Özellikle New York’ta bu şekilde “vintage” ürünlere rağbet yüksek.



Mastercard - Octet iş birliği!

POS cihazı olmayan işletmeler de kartlı ödeme kabul edebilecek

Ödeme teknolojileri öncüsü Mastercard, Octet ile bir araya gelerek Mastercard Ticari Ödemeler Platformu'nu ticari işletmelerin kullanımına sundu. Platform, ticari kart sahiplerinin, satın alma yapacakları işletmelerde POS cihazı olmasa da kartlarıyla ödeme yapıp, taksit imkanlarından faydalanabilmesini sağlıyor. Aynı şekilde POS cihazı bulundurmayan B2B işletmeler de bu platform üzerinden kart kabul edip taksit sunabiliyor...

Salgının etkisiyle küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ) dijitalleşme süreci ivme kazanıyor. Ticari varlığını sürdürmek için dijital adaptasyona yönelen KOBİ'ler, büyük ölçekli işletmelere göre dijital dönüşüm konusunda daha çok desteğe ihtiyaç duyuyor. Özellikle tahsilat ve ödeme konusunda KOBİ'ler alternatif yöntem arayışına giriyor. Bu noktada kredi kartlarının sunduğu taksit ve vadelenendirme seçenekleri KOBİ'lerin kurumsal alışverişlerinde yardımına koşuyor. KOBİ'lerin dijital dönüşümü ve sürdürülebilir büyümede destekçisi olan Mastercard, ticari ödemelerde çözüm ortağı Octet ile bir araya gelerek "Mastercard Ticari Ödemeler Platformunu" işletmelerin kullanımına sundu. Platform, KOBİ'le-



rin ticari işlemlerini gerçek zamanlı, daha güvenli ve daha verimli bir şekilde yöneterek işlerini büyütmelerine yardımcı oluyor.

KOBİ'lerin ticari hayatını kolaylaştıracak

Ticari kart sahibi KOBİ'ler, tedarikçilerinde POS cihazı olmasa da kaydoldukları Mastercard Ticari Ödemeler Platformu üzerinden kredi kartlarıyla ödeme yapabiliyor ve taksitle ödeme imkanlarından faydalanabiliyorlar. Online işlem akışı sayesinde tüm tedarik işlemlerinin ve ticari belgelerin yönetiminin kolaylıkla gerçekleştirilmesini sağlayan platform ile KOBİ'ler kendi ödeme şartlarını belirleme ayrıcalığına sahip oluyor; peşin ödeme indirimi veya taksitle ödeme gibi seçeneklerden faydalanabiliyorlar.

Ticari alışverişlerde yalnızca alıcıya değil satıcıya da ödeme kolaylıkları sunan Mastercard Ticari Ödemeler Platformu, ödeme tahsil eden KOBİ'lerin müşterilerine, kredi kartıyla ödeme ve alıcıya taksit imkanı sağlamasının yanı sıra bankaların önerdiği ücretsiz taksit imkanlarını da müşterilerine sunuyor. Satıcılar taksitli bile olsa tüm ödemeleri anında tahsil edilebiliyorlar.

Türkiye'de ilk kez Akbank ticari kart müşterileri faydalanacak

Mastercard Ticari Ödemeler Platformu'nun Türkiye'deki ilk partner bankası ise Akbank oldu. Büyük kurumlara kıyasla KOBİ'lerin teknolojik desteğe erişmesinin zorluklarını gören Mastercard ve Octet ikilisi, Akbank ile güçlerini birleştirerek Mastercard Ticari Ödemeler Platformu'nu Akbank bünyesindeki ticari kart sahibi KOBİ'lerle buluşturacak.

PARA TRANSFERİNDE UPTION'lama dönemi başladı!

Türkiye'nin özel sermayeli en büyük yatırım bankası Aktif Bank'ın bir iştiraki olarak 2010 yılında hizmete başlayan UPT, Türkiye'nin ilk yerli, küresel para transferi ve ödeme platformudur. Fiziki hizmet noktalarımız ve UPTION mobil uygulamamızla yurtiçi ve yurtdışında hesaba, karta ve isme para transferi hizmeti sunuyoruz.

Türkiye'nin yurtiçi ve yurtdışında en yaygın ağa sahip para transfer sistemi olarak 176 ülkede 400 binden fazla hizmet noktasına sahibiz. Yeni anlaşmalar ve işbirlikleriyle dünya çapında büyümeye ve hizmet noktalarını artırmaya hız kesmeden devam ediyoruz.

UPTION'ı ise dijitalleşme ve küreselleşme yolunda güçlü bir adım olarak görüyoruz; tüm dünyada hızla gelişen ve büyüyen ödeme sistemleri ekosisteminde Türkiye'de olduğu gibi küresel çapta da iddialı bir platform haline getirmeyi hedefliyoruz.

Para transferi dünyasına baktığımızda işlemlerin geleneksel ve fiziki kanallardan hızlı bir şekilde dijital ve mobil kanallara geçtiğini görüyoruz. Bugüne kadar fiziki kanallarda oluşturduğumuz para transferi ağıımızı ve teknolojik altyapımızı UPTION'a entegre ederek Türkiye'deki en kapsamlı para transferi uygulamasını kullanıcılarımızın hizmetine sunduk. Bu sayede yurtiçi ve yurtdışı olmak üzere isme, banka hesaplarına ve karta gönderim seçeneklerini de içerisine alan çok geniş bir yelpazede 176 ülkeye 7/24 para transferi yapabiliyoruz.

UPTION'da tamamen dijital olarak uygulama üzerinden müşterimiz olunabiliyor. UPTION kullanıcısı olduğunuz andan itibaren USD, EUR ve TL bazındaki IBAN'larımız işlemlerinizi için kullanımınıza sunuluyor.

"Avrupa Hesaba Transfer" özelliğiyle UPTION'lılar, 40 Avrupa ülkesinde yer alan tüm banka ve finansal kuruluşlar nezdindeki hesaplara 7/24, EUR cinsinden para transferi yapabiliyor. Şu anda bu hizmetimizi herhangi bir işlem masrafı olmadan UPTION ile gerçekleştiriyoruz.

Ayrıca kullanıcılarımız "Hesaba Al" özelliğini kullanarak yurtdışından ismine gönderilen parayı sadece referans numarasını girerek UPTION hesaplarına aktarabiliyor. Hesaplarındaki parayı nakde çevirmek isteyen müşterilerimizse "Nakit Çek" özelliği sayesinde yurtiçi ve yurtdışında UPT anlaşmalı tüm hizmet noktalarından referans numarasıyla UPTION hesaplarındaki tutarı çekebiliyor.

Aktif Bank ve VakıfBank ile imza attığı-



Fatih Kocaşu
UPT Genel Müdür
Yardımcısı

mız işbirliği doğrultusunda, bu bankalarla UPTION arasında 7/24 yabancı para (EUR ve USD) havale hizmetini de kullanıcılarımıza sunuyoruz.

QR Ödeme/Tahsilat, Mesajla Para İste, Kartla Para Yükle gibi birçok farklı fonksiyona sahip olan UPTION'ı her geçen gün yeni özelliklerle geliştirmeye devam ediyoruz.

UPTION'da gizli ücret yok

UPT olarak sektöre girdiğimiz günden beri bizim için en önemli noktalardan biri de müşteri memnuniyeti. Hem fiziki noktalarımızda hem de UPTION'da tüm hizmetlerimizi müşteri memnuniyeti odaklı yapıyoruz. Kurulduğumuz günden bu yana benimsediğimiz şeffaf fiyat politikasını UPTION'da da devam ettiriyor, kullanıcılarımıza gizli ücretler çıkarmıyoruz.

Para transferi sırasında ortaya çıkan sürpriz maliyetlerden müşterilerimizi koruyoruz. UPTION'da yapılan tüm işlemler için ödenen masraflar net ve şeffaftır. UPTION ile günümüzde önemi oldukça artan FinTek dünyasına önemli bir adım attık ve bu sektörde de tıpkı fiziki noktalarımızda olduğu gibi adımımızdan söz ettirmeyi, yurtdışı para transferi yapan kişilerin öncelikli tercihi haline gelmeyi hedefliyoruz. Yıl sonu itibarıyla alışveriş dünyasında da kullanıcılarımız için çok önemli avantajlar yarattığımız bir ekosistemi de kurmuş olacağız.

Önümüzdeki dönemde eklenecek tüm yeni fonksiyonlar ve gelişen ağımla birlikte UPTION'ı yurtdışında da kullanılabilir hale getirip, müşterilerimizin tüm finansal işlemlerini tek bir uygulama üzerinden yapmasına olanak sağlayan bir platform haline gelmeyi hedefliyoruz. ☺

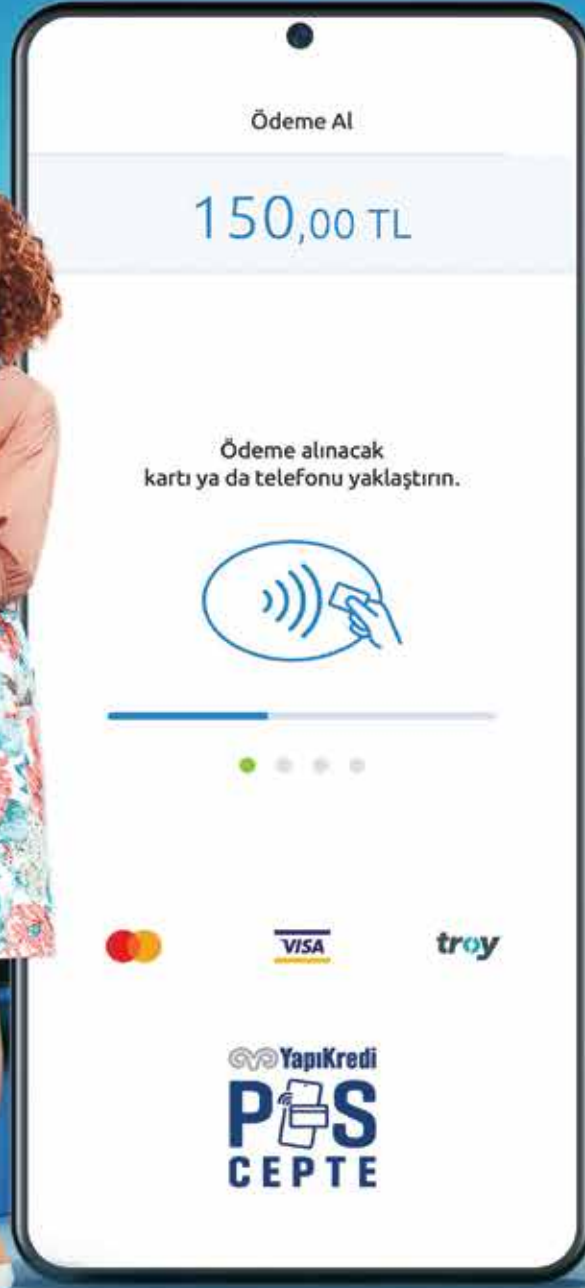


UPTION
Paran Cebinde Kalsın

YAPI KREDİ İLE POS CEPTE!

Yapı Kredi teknolojisi ile Android telefonlar POS cihazına dönüşüyor, esnafımız alışverişini anında tamamlıyor. Siz de Yapı Kredi Mobil'i indirin, POS Cep'te'ye başvurun, işlerinizin önündeki sınırları kaldırın.

İLK 3 AY
BOYUNCA
KOMİSYON VE
POS ÜCRETİ
YOK!



**POS
CEPTE**

YapıKredi

Hizmette sınır yoktur.

Dolandırıcıları yapay zekâ kullanarak engellemek daha kolay



Yapay zekâ destekli altyapısıyla dolandırıcılık faaliyetlerini tespit eden Formica Fraud, firmaları ve müşterilerini gerçek zamanlı olarak koruyor. Müşterilerin davranışlarını ve çevrim içi etkinliklerini analiz ederek kendi kendine öğrenme becerisiyle çalışanların ve risk ekiplerinin üzerindeki stresli iş yükünü hafifletiyor...

Artan dijitalleşmeyle birlikte birçok ticari ve finansal iş akışının dijitale dönüşmesi, bu alanlarda faaliyet gösteren tüm firmalar için bir dolandırıcılık tespit çözümü ihtiyacı doğuruyor. İçinde bulunduğumuz Covid-19 süreci bize işimizin büyük bir kısmını online araçlarla çözebileceğimizi gösterdi. Dijital araçların erişilebilirliğinin artmasının yanında birçok yeni pazar da çevrim içi olarak var olma imkânı buldu. Ancak dijitalleşen bu yeni alanlar ve davranışlarla birlikte dolandırıcılar da farklı açıkları kullanarak şirketleri ve müşterileri riske atmaya devam ediyor.

Formica Fraud, şirketlerin farklı kaynaklardan gelen verilerini ve milyonlarca işlemi gerçek zamanlı olarak analiz ederek, kod yazmadan oluşturulan karmaşık kural akışlarıyla filtreden geçiriyor. Yakalanan şüpheli işlemler anında kullanıcılara bildirilerek, yapay zekâ destekli iç görüler ile birlikte incelemeye sunuluyor. Detaylı incelemeler sonrası;

- Kart engelleme
- İşlem iptali
- Para iadesi
- IP engelleme

gibi farklı aksiyonlar alarak, olası para kayıpları hızlı bir şekilde engelleniyor.

Makine öğrenimi ile sahtekarlık ve dolandırıcılık hareketlerini algılayarak gerçek zamanlı aksiyonlar alabilen ürün,



Özgür Oktan

fraud ve risk ekiplerine “sürükle-bırak” özelliğiyle daha kolay kural akışları oluşturma imkânı sağlıyor. Böylece şirketler kendi dolandırıcılık tespit akışlarını belirleyerek ürün tarafından sunulan basit arayüz sayesinde sistemlerine kolayca entegre edebiliyor ve kullanıcıların hareketlerini risk durumlarına göre sınıflandırarak şirketlerini ve ürünlerini korumaya yönelik anlık aksiyon gösterebilecek önlemler tanımlayabiliyorlar.

Trlogic Bilgi Teknolojileri bugüne kadar yazılım geliştirme, bulut dönüşüm ve yazılım süreçleri konularında danışmanlık verdiği finans çevrelerinden ve yaptığı işlerden gördüğü ihtiyaç üzerine Formica Fraud ürününü hayata geçirdi. Şirketin kurucusu ve CEO’su Özgür Oktan, “Deneyimli yazılımcı ve mühendis ekibimiz tarafından geliştirilen bu ürünü, Birleşik Ödeme de dahil çalıştığımız firmalardan gelen geri bildirimler doğrultusunda sektörün ihtiyacını karşılayacak ve çalışanların yükünü azaltacak şekilde geliştirdik. Yapay zekâ altyapısıyla milyonlarca veri ve işlemi analiz ederek, şirketleri, çalışanlarını ve müşterilerini gerçek zamanlı olarak koruyabiliyoruz” dedi. ☺

Ödeme almada yepyeni bir dönem: Ozan Sanal POS

Ozan Sanal POS ile maliyetlerinizi düşürürken, standartlarınızı yukarı taşıyın. Güvenli, hızlı ve kolay 7/24 ödeme alın, kalan zamanda işinizi büyötmeye odaklanın.



Fraud önleme sistemi



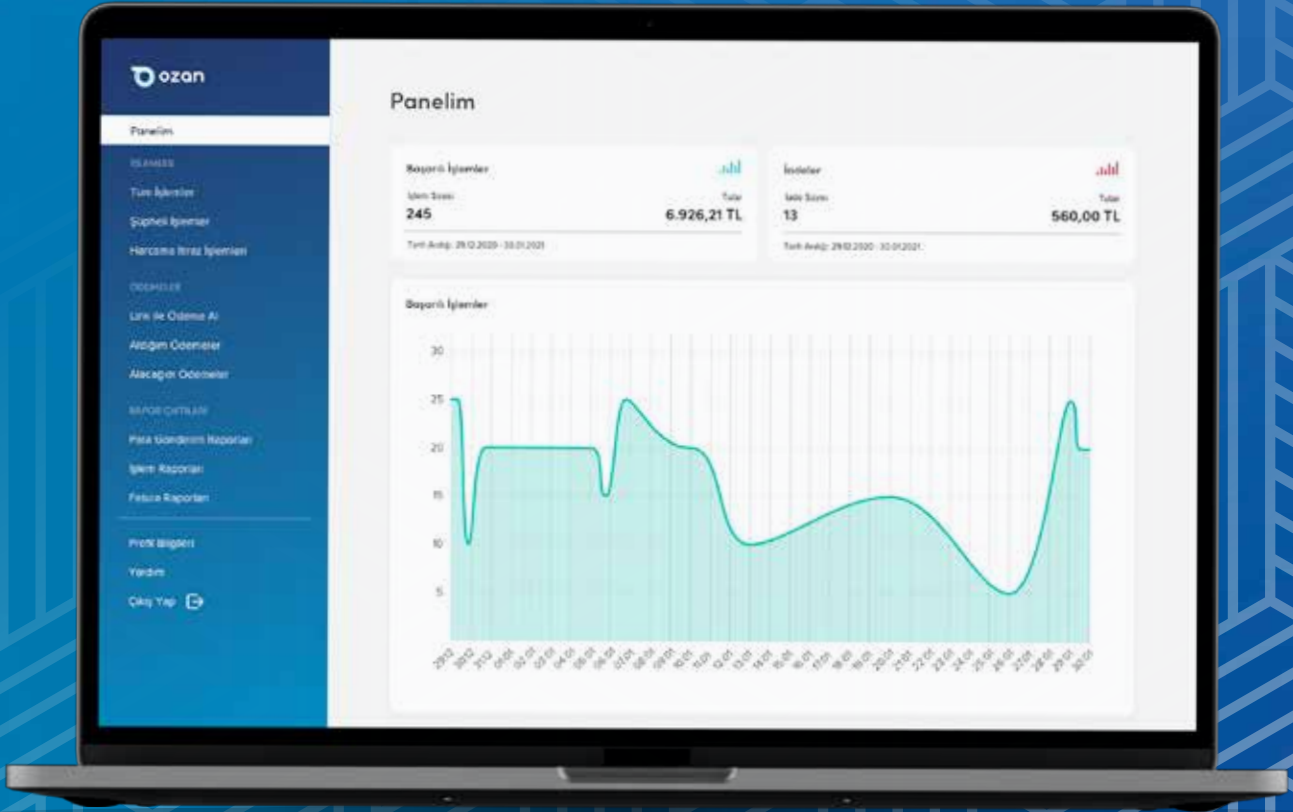
3D güvenlik



Akıllı işlem yönlendirme servisi



Link ile ödeme alma



Dijital bankacılık güvenliğinde fark yaratan çözüm: EndCrypt

Türkiye, dijital bankacılık ve ödeme uygulamaları kullanımında dünya ortalamasını geçti. Bu alanda Japonya'dan sonra ikinci sıradayız. Procenne CEO'su Resul Yeşilyurt, "Bireylerin dijital bankacılık deneyiminin artması hız ve pratiklik sağlarken beraberinde çeşitli riskleri getiriyor. Bankalar ve diğer finans kuruluşlarının siber saldırılara karşı üst düzey önlem alması gerekiyor. Bu noktada OWASP, PCI, Visa, Mastercard gibi ödeme sistemlerinin önemli aktörlerince belirlenen standartlara uyumlu ürün ve çözüm kullanmak kritik önem taşıyor" diyor...

Dijital güvenlik alanında başarılı işlere imza atan Procenne, bankacılık ve finans sektörlerinde de ürün ve çözümleriyle tercih ediliyor. Procenne CEO'su Resul Yeşilyurt, salgınla birlikte daha da hızlanan dijital dönüşüm süreçleriyle bankalar, finansal kuruluşları ve finansal teknoloji şirketlerinin olası siber güvenlik saldırılarına karşı önlem almaya daha fazla önem verdiğini vurguluyor. Son yıllarda dijital bankacılık kullanımının hızının giderek arttığını hatırlatan Yeşilyurt, şu bilgileri paylaşıyor:

"Dijital bankacılığın yaygınlaşması banka ve finans kuruluşlarını birtakım yüklerden kurtarıırken bireylere de ciddi anlamda zaman ve mekân bağımsız işlem yapma imkânı tanıyor. Ancak bu alışkanlıkların yerleşmesi beraberinde hemen her teknolojik gelişmede olduğu gibi bazı riskleri getiriyor. Bu riskler karşısında banka ve finans kuruluşlarının pek çok önlem aldığını görüyoruz. Her önlem son derece değerli ama bu aşamada kullanılan ürün ve çözümlerin yerli ve milli olmasının yanı sıra doğrudan dijital bankacılık uygulamalarına entegre olması da hem işletme süreçleri hem yatırım maliyetleri açısından son derece önem arz ediyor."

20 milyon uygulama ve kullanıcının güvenliği EndCrypt'e emanet

Adjust ve Apptopia'nın yayınladığı "Mobil Finans Raporu 2020"ye göre, zaten güçlü bir büyüme eğiliminde olan finansal teknoloji uygulamaları, salgının etkisiyle daha da ivme kazandı. Türkiye'de dijital bankacılık ve ödeme uygulamaları kullanımı yüzde 31 seviyesinde oluştu. Bu oran, araştırmaya dahil edilen ülkelerin ortalaması olan yüzde 26'nın üzerinde. Bu kategoride toplam oturum sayısında 2019'a kıyasla en önemli büyüme gören ülkelerse yüzde 133 ile Japonya ve yüzde 119 ile Türkiye oldu. Türkiye'deki kullanıcıların uygulama içinde geçirdiği süre de 10 dakikayla, 8.35 dakika olan ortalamasının üzerine çıkmış durumda.

Resul Yeşilyurt'a göre, Türkiye'de dijital bankacılık ve ödeme uygulamalarına yönelik bu yoğun ilgiyi sevindirici olmakla birlikte ortaya çıkan riskler karşısında finansal kurumların mobil uygulama güvenliğine öncelik vermesi kritik önem taşıyor. Yeşilyurt, bu noktada Procenne'in sunduğu çözümü şöyle anlatıyor:

"EndCrypt (In-app Protection), mobil uygulamaların korunması için gerekli önlemleri proaktif bir şekilde alan, saatler içerisinde uygulamalara entegre edilerek kurumların marka imajı ve itibarını arttırmada önemli rol oynayan, Türkiye'nin ilk yerli ve milli mobil uy-

proLenne
DIGITAL SECURITY



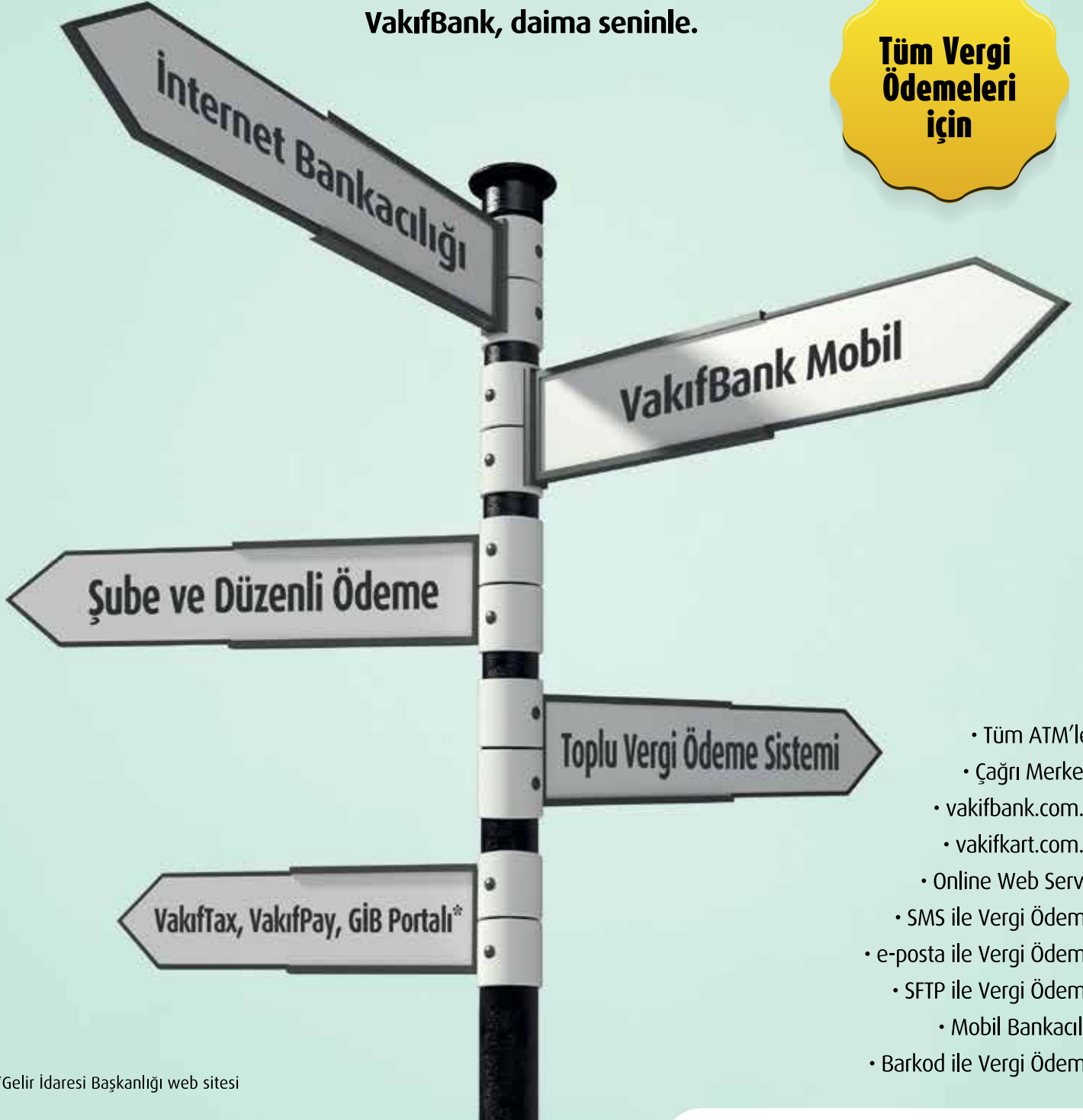
gulama güvenlik yazılımıdır. Ürünümüzü geliştirme sürecinde PCI, Visa, Mastercard gibi önde gelen ödeme sistemleri aktörlerinin belirlemiş olduğu standartları esas aldık. Üzerine de UL, Riscure gibi güvenlik alanında otorite kabul edilen laboratuvar denetimlerinden geçebilecek başarılı bir Ar-Ge çalışması yürüterek mobil uygulamalardan kaynaklı güvenlik risklerini en aza indirmeyi hedefledik ve bunu da başardık. Temmuz 2020 Gartner raporunda da yer aldığı üzere, mobil uygulamalara yönelik saldırıları engelleyen teknolojiler; koruma, riskleri tespit etme ve saldırılara karşılık verme özelliklerine sahip. EndCrypt ile ise bu üç başlığın yanına 'mobil uygulama yönetimi'ni de eklemiş olduk. Yine benzer uygulamalardan farklı şekilde HSM entegrasyonu sunarak; güvenli anahtar saklama, güvenli kanal yönetimi, şifrelenmiş veritabanı, güvenli kütüphane kullanımı gibi konularda da mobil uygulama güvenliği çözümleri sunabiliyoruz. Kısacası EndCrypt, gerek SoftHSM gerekse donanım olarak mevcut HSM'lerle tam uyumlu kullanılabilirliğe imkanına sahip. Bankacılık ve ödeme sistemleri gibi sektörlerde toplamda 20 milyon uygulama ve kullanıcının güvenliği tarafımızca sağlanıyor." ©

VakıfBank'ta tüm vergi ödemeleriniz için 17 farklı yol var

Vergi borçlarınızı 7 gün 24 saat, istediğiniz yerde
VakıfBank ile 17 farklı seçenekle ödeyebilirsiniz.

VakıfBank, daima seninle.

**Tüm Vergi
Ödemeleri
için**



- Tüm ATM'ler
- Çağrı Merkezi
- vakifbank.com.tr
- vakifkart.com.tr
- Online Web Servis
- SMS ile Vergi Ödeme
- e-posta ile Vergi Ödeme
- SFTP ile Vergi Ödeme
- Mobil Bankacılık
- Barkod ile Vergi Ödeme

*Gelir İdaresi Başkanlığı web sitesi

444 0 724 | vakifbank.com.tr

VakıfBank
Burası Sizin Yeriniz

PARAŞÜT, üç haneli büyümeyle devam edecek



Sean X Yu

Başta ön muhasebe olmak üzere müşterilerinin finansal işlemlerini dijital ortama taşıyan Paraşüt, salgın sürecini fırsata çevirip yüzde 100 büyüdü. E-ticaret ve ihracatçı şirketler için geliştirdiği yeni ürünlerle ivmesini hızlandıran şirketin 2021 büyüme hedefi de en az yüzde 100... Paraşüt Kurucu Ortağı ve CEO'su Sean X Yu, "Müşterilerimizin dijital dönüşümünde en güvenilir çözüm ortağıyız. Salgın sürecinde mevcut müşterilerimizin yanı sıra e-ticaret yapan şirketlere de hizmet vermeye başladık. Mali müşavirler için geliştirdiğimiz ürünlerle artık tüm ticaretin online ortamda yapılabilmesini sağladık" diyor...

E. ESİN GEDİK

Paraşüt, başta KOBİ'ler olmak üzere tüm işletmelerin finansal operasyonlarını daha verimli yönetebilmesi için ürün ve hizmet geliştiriyor. Özellikle salgın döneminde düzenlediği kampanyalarla zor günler geçiren işletmelere destek olan Paraşüt, e-ticaret ve ihracatçı şirketler için de yeni çözümlerini kullanıma sundu. Bu sayede 2020 yılında yüzde 100 büyüdüklerini vurgulayan Paraşüt Kurucu Ortağı ve CEO'su Sean X Yu ile şirketin gelecek planları ve hedeflerini konuştuk...

Salgının da etkisiyle dijitalleşmenin hızlandığına tanık oluyoruz. Bu süreç Paraşüt'ün faaliyetlerini nasıl etkiledi? 2020 yılını nasıl geçirdiniz, bu yıla dönük hedef ve beklentileriniz neler?

Salgınla birlikte dijitalleşen şirketlerle bu konuda geride kalanlar arasındaki fark daha da açıldı. Fiziki işyerlerinin kapalı olduğu karantina döneminden en az etkilenenler de işini dijitalle taşıyan firmalar oldu. Bu noktada iş yönetimini zaman, mekan ve cihazdan bağımsız mobil yapabile-

ye olanak tanıyan bulut tabanlı SaaS çözümleri öne çıktı. Dolayısıyla salgın çok sayıda sektörde daralmaya neden olurken bizim faaliyet gösterdiğimiz ticari yazılım sektöründe büyüme fırsatı sağladı. Biz de Paraşüt olarak 2020 yılında yüzde 100 büyüyerek, pazardaki lider konumumuzu güçlendirdik. Bulut tabanlı ön muhasebe programları segmentinde pazar payımız yüzde 80'e ulaştı.

Geçen yıl özellikle yeni e-belge düzenlemeleri ve hayata geçirdiğimiz ürünlerimizle payımızı ciddi ölçüde artırmayı başardık. Bu büyümeyle beraber bünyemize yeni yetenek ve zihinleri de dahil ederek daha güçlü bir ekip yarattık ve hizmetlerimizi çeşitlendirdik. Çalışan sayımızı yüzde 104 artışla 94'e çıkararak istihdama katkı sağladık. Abone sayımızı da 30 bine ulaştırdık. Her yıl olduğu gibi bu yıl ve önümüzdeki birkaç yılda da ciromuzu katlayarak büyümeyi hedefliyoruz. Benzer şekilde abone sayımızı da iki kat artırmayı hedefliyoruz. Bu zamana kadar sunduğumuz ve yılın geri kalanında sunacağımız ürün ve hizmetlerle bu büyümeyi yakalayacağımıza inanıyoruz.

Mevcut ürün ve hizmetlerinizin yanı sıra salgın döneminde kullanıma sunduğunuz yenilikler hakkında bilgi verebilir misiniz?

KOBİ'lere fatura takibi, gelir gider takibi, raporlama, stok takibi, kredi kartıyla online tahsilat, e-fatura gibi ihtiyaç duydukları hizmetler sunuyoruz. Bu kapsamda akıllı banka hesap takibi, anahtar teslim e-fatura ve e-SMM, cepten fiş okuma (CFO) ve mobil barkod okuyucu, e-ticaret ve CRM entegrasyonu ve teklif yönetimi gibi hizmetlerimiz var. KOBİ'lerin iş süreçlerindeki en büyük destekçilerinden olan mali müşavirlere de ücretsiz mükellef yönetim ve veri aktarım programımız olan Paraşüt Atlas ile katkı sağlıyoruz.

2020, Paraşüt Atlas özelinde epey yol kat ettiğimiz bir yıl oldu. Mali müşavirlerimizi "temassız muhasebe" kavramıyla tanıştıran iş akışlarında fiziksel teması en aza indirmelerine ve temassız muhasebeyle güvenli bir şekilde çalışmalarını sürdürmelerine yardımcı olduk. Zirve Müşavir ve Mikro Müşavir ürünlerimizi kullanan mali müşavirlerimizin, Paraşüt kullanan mükelleflerinin tüm fiş ve faturalarını saniyeler içerisinde kendi programlarına aktarmalarını sağladık. Ayrıca Paraşüt'te 13 bankayla veri alışverişini sağlayan entegrasyonu özelliğiyle bilanço defteri kullanan mükelleflerin banka hareketlerinin de Luca'ya aktarımına olanak tanıdık. Mali müşavirlerimizin mükellef yönetimlerini kolaylaştırmak için geliştirilen ve masaüstü yazılımı olan Irgat'ı (Muhasebetech) da DST Teknoloji bünyesine kattık. Ayrıcalıklı bir dijital deneyim sunmak üzere hayata geçirdiğimiz Paraşüt Atlas İş Ortağı programıyla da mali müşavirlerin Paraşüt'ü ücretsiz olarak kullanarak, uygulama üzerinden elektronik fatura ya da makbuz gönderebilmelerini sağladık.

Paraşüt kullanıcılarını tek çatı altında buluşturarak ticari faydayı artırmak amacıyla hayata geçirdiğimiz Paraşüt Pazaryeri ile de abonelerimizin, ürün ve hizmetlerini on binlerce potansiyel müşteriye sunmalarına olanak tanıyoruz. Salgın sürecinde "Mutlu Patronlarımıza" destek olmak amacıyla Paraşüt Pazaryeri'ndeki fırsatları tüm sayfa ziyaretçilerine erişilebilir hale getirdik. Böylece müşterilerimizin daha geniş bir kitleye ulaşma ve daha büyük kazanç elde etmelerine yardımcı olduk.



ANAHTAR
TESLİM
E-FATURA

e-Faturayla tanışmanın
en kolay yolu

PARAŞÜT

E-TİCARETE YENİ BAŞLAYANLARA ÖZEL PAKETLER

Salgın e-ticarete ilgiyi katladı. Siz de bu alana dönük çalışmalar yapıyor musunuz?

Salgınla birlikte artan yeni pazar arayışı, işletmelerin e-ticarete yönelik ilgisini de artırdı. Bu noktada Paraşüt olarak sunduğumuz hizmetlerle firmalar için güvenilir bir bilgi kaynağı olma misyonunu üstlendik. Çünkü özellikle e-ticarete yeni başlayan firmaların; fatura kesim ve takibi, vergi mükellefiyeti, vergi ödemeleri gibi muhasebe alanındaki konularda soru işaretleri oluyor ve güvenilir bir kaynaktan bilgi edinme ihtiyacı duyuyorlar. Biz de gerek kullanıcılarımıza sağladığımız bilgiler gerekse ürün ve hizmetlerimizle onlara bu süreçte destek oluyoruz. Geçen yıl salgınla birlikte e-ticaret hayatına giriş yapmak isteyen firmalar için özel paketler oluşturduk. Sunduğumuz ön muhasebeye entegre e-ticaret çözümleriyle yeni bir operasyona hızlı ve sorunsuz geçiş yapmalarını sağladık. İlk satın almamızı yaparak, büyük e-ticaret altyapısı sağlayıcıları ile Türkiye'deki tüm büyük pazaryerleri ve entegrasyon sunan Shopside'ı bünyemize kattık. Böylece e-ticaret alanına yatırım yapan kullanıcılarımıza e-ticaret, e-fatura ve e-arşiv ile ön muhasebe yönetimini bir arada yönetebilecekleri çok daha kapsamlı bir hizmet vermeye başladık. Bu yıl itibarıyla ise bu hizmetlerimizi bir adım daha ileriye taşıyarak, operasyonel ve finansal yönetim hizmetlerini tek bir pakette birleştirdik. Paraşüt e-Ticaret paketinde yer alan Paraşüt-Shopside entegrasyonu sayesinde, kullanıcılarımız iki hizmeti tek bir paketle yüzde 48 oranında daha az ödeyerek kullanabiliyor. Bu pakete ek olarak, ödeme sistemleri ve kargo şirketleri özelinde büyük indirim ve kolaylıklar sağlayacak geliştirmelerimiz olacak.



İhracat yapan firmaların Paraşüt kullanımını kolaylaştırmayı hedefledik ve bunun ilk adımı olarak da şubat ayı içerisinde e-ihracat faturasını devreye alarak yurtdışına mal satan firmaların hizmetine sunduk. İhracatta gümrüğe giren malların faturasının Paraşüt üzerinden kolayca düzenlenmesini ve kesilmesini sağlayan bu özellik ile e-ihracat faturasının resmîleştirilmesine de olanak tanıyoruz. Yine kısa bir süre önce Depo Takibi özelliğimizi duyurduk. Bu sayede işletmeler farklı lokasyonlardaki ürünlerinin stok miktarını tek ekrandan takip edebiliyor. Güncel depo ve stok bilgilerine kolayca ulaşabiliyor. Stok miktarlarını otomatik olarak güncelleyebiliyor. Kredi kartıyla gider kaydı özelliğimizi de yakın zamanda duyurmayı planlıyoruz.



PARAŞÜT

Son dönemde e-devlet uygulamalarının da hızla yaygınlaştığını görüyoruz. Şu anda bir şirket hangi işlemleri online yapabiliyor? Henüz e-devlet kapsamına girmemiş alanlar var mı, varsa bunlarla ilgili hangi çalışmalar yürütülüyor?

E-dönüşüm; işlerin takibi, raporlanması, saklanması ve beraberinde muhasebe süreçlerinin tümünün otomasyonla yönetilmesine imkan veriyor. Paraşüt olarak sağladığımız e-dönüşüm hizmetlerimiz sayesinde firmalar,

teknolojinin tüm faydalarını iş süreçlerine dahil edebiliyor. Bugüne kadar dijital dönüşüm süreçlerini tamamlayan firmalar, öncelikle zaman ve maliyet avantajı sağladı. Kağıt faturaların beraberinde getirdiği arşivleme, baskı ve kargolama maliyetleri, elektronik fatura ve makbuz hizmetleriyle ortadan kalktı. Firmalar bu sayede fatura adetlerine göre yıllık olarak ciddi bir tasarruf sağladı. Yani ticaretin zorunluluklarından biri olan faturaların maliyetleri ciddi olarak düştü.

“Anahtar Teslim e-Fatura ve e-SMM” hizmetimizle KOBİ’lerin e-fatura ve e-SMM başvuru işlemlerini onlar adına birebir yönetiyoruz. Bu noktada KOBİ’lerimizin tek yapması gereken, Paraşüt ile e-fatura ya da e-SMM’ye geçmeye karar vermesi. Mali mühür gönderim süreci haricindeki tüm aşamaları sadece bir günde tamamlıyoruz. Böylece KOBİ’lerimiz yerlerinden bile kalkmadan e-fatura ya da e-serbest meslek makbuzu kullanıcı oluyor ve başvuru işlemleriyle boğuşmadan işletmesinin dijital dönüşümünü tamamlıyor.

Kullanıcılarımız Paraşüt üzerinden matbu fatura kullanıp çıktı alarak, faturalarını resmîleştiriyor. Ayrıca yine Paraşüt üzerinden e-fatura ve e-arşiv kullanmaya başlayıp direkt olarak resmi fatura oluşturabiliyor, dijital ortamdan müşterilerine ulaştırabiliyorlar. Bu yılın yeniliklerinden biri olan e-ihracat faturası da yine e-dönüşüm çözümlerimiz arasında.

FATURA GÖNDERİM MALİYETİ 5 TL’DEN 17 KURUŞA İNDİ

Biraz da müşteri profiliniz hakkında bilgi verebilir misiniz? Hangi sektörlerden, hangi büyüklükte şirketlerle çalışıyorsunuz?

Paraşüt olarak küçük ve orta ölçekli işletmelerin finansal

Z

HAYATA MOBİLDEN BAKANLARIN KUŞAĞI

Z MOBİL KUŞAĞI

Ziraat'li olmanın kolayı Ziraat Mobil'de
Siz de Ziraat Mobil'i hemen cep telefonunuza indirin, şubeye gitmenize gerek kalmadan müşteri temsilcimizle canlı görüşerek kolayca Ziraat'li olun.



Ziraat Mobil

Hemen indirin!



Ziraat Bankası

operasyonlarını en kolay şekilde yönetmek için ihtiyaç duyduğu hizmetleri, teknolojinin imkanlarını kullanarak kullanıcı dostu bir arayüz ve bütçelerine uygun fiyatlarla sunuyoruz. Gıdadan inşaatla, hizmetten bilişime tüm sektörlerde faaliyet gösteren firmalara gerek perakende gerekse toptan satış süreçlerinde hizmet veriyoruz. Bu hizmetlerle yeni kurulmuş bir işletmenin dahi işlerini kolaylaştırmak istiyor, çalışmalarımızı tüm KOBİ ve işletme sahiplerini düşünerek yürütüyoruz. Kısacası dijital dönüşüm hizmetlerinin herkes için erişilebilir olmasını istiyoruz. Bugüne kadar Paraşüt kullanan "Mutlu Patronlarımızın" üçte ikisini e-fatura, e-arşiv fatura ve e-SMM hizmetleriyle tanıştırdık. E-fatura kullananların neredeyse yüzde 90'ı zorunluluk kapsamında olmamasına rağmen gönüllü olarak buna geçmiş durumda. Bunun en büyük sebebi, e-faturanın çok ciddi bir maliyet avantajı sağlaması. Bugün matbu faturanın gönderim maliyeti 4-5 TL iken

e-faturayla bu tutarı 17 kuruşa kadar indirmek mümkün. Diğer taraftan yaptığımız incelemeler, e-fatura kullanan KOBİ'lerin kullanmayanlara göre tahsilatlarını üçte bir oranında daha kısa sürede yaptığını gösteriyor, bu da KOBİ'ler için büyük bir avantaj. Sunduğumuz özelliklerle aynı zamanda günlük mesailerinin yüzde 50'sini veri girişi ve bu verilerin yönetilmesine harcayan KOBİ'lerin, ön muhasebe için ayırdığı süreyi kısaltmayı amaçlıyoruz. En önemli özelliklerimizden biri de her süreci müşteriler ve onların ihtiyaçları doğrultusunda başlatmamız. Yeni ürün geliştirme süreçlerimizde müşteri araştırmaları ve kullanım modelleri büyük yer tutuyor. Sonunda ortaya çıkan ürünün, müşterimizin tek bir noktadaki ihtiyacı yerine tüm süreci kapsayacak genişlikte olmasına özellikle dikkat ediyoruz. Bu sayede müşterilerimizin anlık ihtiyaçlarına cevap verirken, gelecekte oluşabilecek ihtiyaçlarına baştan çözüm sunuyor, müşteri memnuniyetini de artırıyoruz.



"ÖN MUHASEBENİN DİJİTAL GELECEĞİNİ TASARLIYORUZ"

Sean X Yu, Paraşüt'ün orta ve uzun vadeli planlarını da şöyle anlatıyor: "Faaliyete başladığımızda çıkış noktamız, yüksek yatırım gerektiren ve karmaşık yazılımlar yerine kullanıcı dostu, her yerden erişilebilir ve abonelik sistemiyle yatırımı minimuma çeken bir uygulama geliştirmektir. Geldiğimiz noktada ise abonelerimize ön muhasebe hizmetleri sunarken, aynı zamanda onların dijital dönüşüm süreçlerindeki en güvenilir çözüm ortağı olma rolünü de üstleniyoruz. Özellikle Mayıs 2019'da Mikro ve

Zirve Yazılım ile aynı çatı altında bir araya gelmemizle birlikte uçtan uca teknoloji çözümlerine hız verdik. Yaptığımız her geliştirme, Paraşüt'e eklediğimiz her yeni özellik bu hedef doğrultusunda attığımız adımlar. Asıl hedefimizse ön muhasebenin dijital geleceğini tasarlamak. Bunu mümkün olduğunca çok KOBİ'ye ulaştırarak sağlayacağız. Abonelerimize ön muhasebe programı sunmanın ötesinde onları geleceğe taşıyor ve işletmelerini büyütmelerine katkı sağlıyoruz. Şu anda 30 bin

civarında olan abone sayımızı uzun vadede 300 binlere taşımayı hedefliyoruz. Hedeflerimiz arasında yurtdışına açılmak da var. Ancak bu konuya biraz temkinli yaklaşıyoruz. Çünkü her ülkenin finansal işleyişi farklılık gösteriyor. Türkiye'deki KOBİ'ler ve mali müşavirler için mükemmel işleyen ürünler ortaya koyduğumuzdan emin olduktan sonra yurtdışına açılabiliriz. Öncelikle Türkiye'ye benzerlik gösteren Güney ve Doğu Avrupa pazarlarındaki fırsatları yakalamak istiyoruz."

interAPI, bankalar için yeni pazarların kapısını açıyor



Intertech'in bankacılık ve FinTek sektörüne sunduğu interAPI açık bankacılık ve FinTek ekosistemi, büyümesini hız kaybetmeden sürdürüyor. Şirketlerin ve bireylerin dijital dünyada artan ivmeyle ortaya çıkan ihtiyaçlarını bankacılık ürünleriyle buluşturan interAPI, FinTek iş ortaklarıyla oluşturduğu ekosistemi <https://api.intertech.com.tr/> platformuyla açık bankacılıktaki standartları belirlemeye devam ediyor. Platform, ödeme ve hesap hareketleri servislerine ek olarak bankacılıkla ilgili tüm alanlarda inovasyonun buluşma noktası olarak hizmet veriyor. Bu sayede bankalar, internet alışverişlerinde havale ve krediyle ödeme gibi imkanları interAPI ile müşterilerine sunabilirken, artık hayatımızda önemli bir yer tutan her çeşit dijital alışveriş platformunda yeni müşteriler edinin gelirlerini artırabiliyor. Ticari ve kurumsal firmalar stok ve nakit akışlarını

daha verimli yönetirken, bayi ağları ve müşterileriyle tüm ticari ilişkilerinin finansmanı için dijital çözümlere ve bankacılık ürünlerine ulaşabiliyor.

Açık bankacılık ve açık inovasyon üssü

interAPI'nin finansal hizmetler ve açık bankacılık alanında birçok iş ortağı bulunuyor. Bu iş ortakları, ticari ve kurumsal müşterilerine

özel çözümler sunuyor; şirketlerin ERP ve muhasebe sistemleriyle entegre bir şekilde hesap hareketlerinin otomatik ve anlık muhasebesini gerçekleştiriyor. Bireysel bankacılık ürünleri, tedarikçi finansmanı, doğrudan borçlanma sistemleri, faktoring, sanal IBAN gibi çeşitli iş modelleri ve niş çözümler üretiyorlar.

interAPI bu çözümleri entegre ederek bankacılık sistemlerini ve müşterilerini dijital dünyada bir araya getiriyor. interAPI sayesinde artık bankalar her çeşit dijital çözüm ve platformla entegre olarak bankacılık ürünlerini müşterilerinin şubeye gitmesine gerek kalmadan onların ekranlarına, telefonlarına taşıyor.

interAPI, açık bankacılığa ek olarak tüm bankacılık alanlarında açık inovasyonun da kapılarını aralıyor. Bankalar risk yönetiminden gelişmiş yatırım bankacılığı ve özel bankacılık çözümlerine, müşteri deneyimi platformlarından güvenlik çözümlerine birçok alanda FinTek'lerin kendi alanlarında uzmanlaşmış uygulamalarını kendi temel bankacılık sistemlerine ve kanallarına entegre edebiliyor. Bu sayede teknoloji yatırımlarını daha etkin yönetirken önemli bir maliyet optimizasyonu sağlıyorlar.

Özellikle yapay zeka ve veri madenciliği temelli gelişmiş coğrafi konumlama, sosyal medya analizi, anket ve kampanya yönetimi gibi farklı analitik çözümler sunan firmalar, bankalara müşteri deneyimi alanında iç sistemlerini daha da zenginleştirme imkanı tanıyor. Katma değerli bu çözümlerle müşteri memnuniyetini en üst seviyeye taşıyabiliyorlar.

Bankalar, FinTek'lerin sağladığı özel çözümlerle müşterinin hayatında bir finansal işleme ya da bankacılık ürününe ihtiyaç duyduğu her an onlara ulaşabiliyor ve ürünlerini kullanılabilmeye imkanı yakalıyor. ☹



Ödemeler artık daha NAKİTSİZ

“Ödemeler Araştırması 2020”, nakit kullanımının hızla azaldığını ortaya koyuyor. Türkiye'nin de dahil olduğu 12 ülkede yapılan araştırmaya göre, ülkemizde nakitsiz ödemelerin payı yüzde 50'nin üstüne çıktı. Mobil ödemelerde de Avrupa ortalamasının üzerindeyiz...

PwC'nin strateji danışmanlığı grubu Strategy&'in aralarında Türkiye'nin de bulunduğu 12 ülkede 3 bin 500 katılımcıyla gerçekleştirdiği Ödemeler Araştırması 2020'nin sonuçları açıklandı. Araştırmaya göre, ödeme alışkanlıklarında nakit kullanımı hızlı bir şekilde azalıyor. Aynı araştırmanın 2018 sonuçlarında Avrupa'daki katılımcıların yüzde 43'ü nakit kullanımını tercih ederken, 2020'de bu oran yüzde 36 olarak gerçekleşti. Türkiye'de nakit (yüzde 46) halen alışveriş/hizmet ödemeleri içinde tercih edilen bir ödeme yöntemi olsa da mobil cüzdanlar ve ödeme uygulamaları konusunda Avrupa ortalamasının üzerindeyiz. Mobil ödeme yöntemleri kullanım oranı Avrupa'da yüzde 14'lerdeyken Türkiye'de bu oran yüzde 21'i buluyor.

Anlık ve alternatif ödeme yöntemleri yaygınlaşıyor

Strategy& Türkiye Lideri Kağan Karamanoğlu, Ödemeler Araştırması 2020 sonuçlarını şöyle değerlendiriyor: “Belçika, İtalya, İspanya, Polonya, Fransa, Hollanda, İsveç, İngiltere, Polonya, İsveç, İrlanda ve Türkiye'de 3 bin 500 katılımcıdan aldığımız veriler, tüketicilerin ödeme davranışlarındaki değişime dair net bir resim veriyor. Aldığımız sonuçlar, alışveriş/hizmet ödemeleri içindeki nakit tercihinin bütün ülkelerde düşüşe geçtiğini gösteriyor. Türkiye'de nakit ödemeler hâlâ en büyük payı oluşturuyor olsa da ‘nakitsiz ekonomi’ kavramının 2010'dan bu yana gündemde olduğu göz önüne alındığında, ülkemizin bu konuyu doğru zamanda öngörüp yerinde adımlar attığını söyleyebiliriz. Türkiye'de nakitsiz ödeme oranı yüzde 50'nin üstüne çıkmış durumda.”



Kağan Karamanoğlu

Türkiye'de nakitsiz ekonominin büyümesinde birçok etken söz konusu. Karamanoğlu, en önemli faktörlerin toplam kart sayısı, kartlarla yapılan alışveriş miktarı, internetten kartlı ödeme alan işyeri sayılarındaki artış olduğunu belirtiyor. Karamanoğlu “Bunlara ek olarak, salgının da etkisiyle hayatımızda yaygınlaşan temassız ödeme, karekod, mobil ödeme ve FAST gibi anlık ve alternatif ödeme yöntemlerinin kullanımında ciddi artışlar gözleniyor” diyor.

Türkiye'deki toplam kart sayısının 267 milyonu geçtiğini ve Mart 2020 ile Mart 2021 arasındaki toplam kart artış oranının yüzde 12 olduğunu hatırlatan Karamanoğlu, BKM verilerine göre yerli kartlarla yapılan alışveriş miktarının yüzde 25'ini internetten yapılan ödemelerin oluşturduğunu ifade ediyor. Banka müşterilerine Ocak 2021'de açılan FAST sisteminin Nisan'da yüzde 300'den fazla büyüdüğüne dikkat çeken Karamanoğlu, salgınla birlikte yaygınlaşan karekod uygulamaları ve karekod işlem sayılarında bu yılın ilk çeyreğinde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 100 artış olduğunu vurguluyor.

Kağan Karamanoğlu, bu yılın ilk çeyreğinde Türkiye'deki mobil ödemelerin yüzde 225, temassız ödemelerin de yüzde 190 arttığını sözlerine ekliyor. ☹

Nakit tercihi büyük ölçüde değişiklik gösteriyor ve farklı oranlarda azalıyor

Alışveriş / hizmetler için ödeme yaparken nakit tercihi



HUGIN Android POS Ödeme Sistemleri

- Tüm ödeme yöntemlerini destekler
- Ödeme sürecinizi hızlandırır ve basitleştirir
- Çoklu bağlantı seçenekleriyle daima çevrimiçi
- Tek dokunuş ile barkod okuma
- Tüm satış yazılımları ile entegre
- VUK 507 ve 509'a uygun altyapı
- Yeni nesil geleceğin ödeme sistemleri
- Bulut yapı üzerinden uygulama ve cihaz yönetimi



N910



N700



troy VISA
Türkiye'nin Ödeme Yöntemi

HUGIN
Ödeme Sistemleri

444 5 446 / 444 5 HGN

www.hugin.com.tr

/huginretailsolutions

/Hugin Retail Solutions

/huginpos

/Hugin Retail Solutions

Finartz, Türkiye'nin küresel FinTek yüzü olmaya aday

Finartz, başta EMVCo sertifikalı 3D Secure 2.0 ürünü olmak üzere FinTek ihracatı için kolları sıvadı. Hedef pazarlar ABD, Doğu Avrupa, Batı Afrika ve Arap Yarımadası. Sektörün duayenlerinden Dr. Soner Canko da bu süreçte şirketin en önemli destekçilerinden biri olacak...

Son 4 yılda yüzde 2478 gibi rekor bir büyümeye imza atarak Türkiye'nin en hızlı büyüyen FinTek şirketi olan Finartz, nakitsiz toplum vizyonunu sağlayacak yeniliklere odaklanarak çıktığı bu yolda güvenli ödeme sistemleri için çözümler üretip dünya çapında kullanıma sunmaya hazırlanıyor. Şirketin bu açılımında en büyük destekçisi ise ödeme sistemleri ve finansal teknoloji deyince ilk akla gelen isimlerden biri olan, tecrübeleriyle sektörün gelişmesinde önemli rol oynayan Dr. Soner Canko...

Finartz'ın küresel büyüme stratejisinin belirlenmesi ve uygulanmasında önemli bir rol üstlenen Canko, Türkiye'nin küresel FinTek sektöründeki yerini şöyle değerlendiriyor: "Yeni teknolojileri denemeye, deneyimlemeye eğilimli bir toplumuz. Genç nüfusumuz adaptasyon gücümüzü gösteriyor. Bu FinTek ihracatı açısından da önemli bir fırsat oluşturuyor. Ülke olarak küresel FinTek sektörünün radarındayız diyebilirim. 2020, tüm olumsuzluklarına rağmen FinTek adına pozitif adımların atıldığı bir yıl oldu. 2021 ise bunların meyvelerinin alındığı, yeni dev adımların atıldığı bir yıl oluyor. Yenilikçilik imesi daha da artarken 'rekabellik' içinde stratejik adımlar atmak mevcut yapılar için en önemli ihtiyaç olmayı sürdürecektir. Finartz ile çalışmalarımızı da bu amaç doğrultusunda yürütüyoruz. Dijitalde işlerini geliştirecek, büyütecek firmalar için güçlü bir iş ortağı olan Finartz, güvenli ödeme alanındaki uzmanlıklarıyla yeni teknolojileri ve yenilikleri takip ederek ilgili coğrafyalara FinTek ihracatı yapmaya hazırlanıyor."

"FinTek ihracatı için üzerimize düşeni yapıyoruz"

Finartz CEO'su Cihan Demir de FinTek ihracatı için yol haritalarını şöyle paylaşıyor: "Yıllardır yerli girişimcilerimiz sayesinde FinTek sektöründe ülkemizin adını küresel düzeyde sık sık duyuyoruz. Biz de Finartz olarak üzerimize düşeni yapıyor ve Ar-Ge çalışmalarımızı, Soner Bey'in de değerli katkılarıyla bu yönde sürdürüyoruz. Yüzde 100 Türk sermayesiyle kurulan bir şirket olarak



Cihan Demir

Dr. Soner Canko

geliştirdiğimiz 3D Secure 2.0 ürünleriyle EMVCo sertifikasyonu almayı başardık. Bu ürünlerle Türkiye'nin finansal teknoloji ihracatına önemli bir katkı yapacağız. İlk etapta ABD, Doğu Avrupa, Batı Afrika, Arap Yarımadası gibi pazarlara FinTek ihracatı planlıyoruz. Arap Yarımadası'nın merkezi konumundaki Suudi Arabistan ve Batı Afrika'nın finans merkezi Senegal'in merkez bankalarıyla görüşmelerimiz, ihale süreci başlatığımız işler var. Talepler doğrultusunda bizi FinTek ihracatı alanında yoğun bir gündem bekliyor."

Demir, 3D Secure 2.0 geçişinin Türkiye kartlı ödemeler sektörü açısından da önemli bir dönüm noktası olacağını düşünüyor: "Genç nüfus avantajımızla yeni teknolojileri en hızlı şekilde deneyip adapte olabiliyoruz. Nitekim bu sayede özellikle kartlı ödemelerde öncü olduk. Üç boyutlu doğrulamada da Türkiye, 3D Secure 1.0 ve 2.0 teknolojilerine Avrupa ve dünya ekosisteminden önce geçişini sağladı. Finartz olarak bu geçiş dönemini en iyi şekilde değerlendirmek istiyoruz. Ürün ve çözümlerimizle, işbirliklerimizle ödeme sistemlerindeki değişim ve dönüşüme katkı sağlıyor, müşterilerimize temas ederek onlara çözüm ortaklıkları için kanal oluşturuyoruz." ☺



KART POS KREDİ OS KR
POS KREDİ OS KART POS
S KREDİ OS **KART** POS KREL
KART POS KREDİ OS KART PC
OS KREDİ OS KART **POS** KREDİ
S KREDİ OS KART **POS** KREDİ
RT POS **KREDİ** OS KART POS K
POS KREDİ OS KART POS K
KART POS KREDİ **OS** KART PO
POS KREDİ OS KART P
S KREDİ
KART PC
POS K
S KR

Türkiye'nin lider fintech kuruluşu

tüm finansal ihtiyaçlarınızı

karşılama için hazır!

PARAM

KART | POS | KREDİ | OS

param.com.tr

[/paramcom](https://www.facebook.com/paramcom) [/paramcomtr](https://www.instagram.com/paramcomtr) [/paramcomtr](https://www.twitter.com/paramcomtr) [/paramcomtr](https://www.linkedin.com/company/paramcomtr)

“Geleceğin anahtarı, en hızlı uyum sağlayabilenlerin elinde”

International Data Corporation (IDC) Türkiye, 3 Haziran 2021 tarihinde dijital ortamda “IDC Türkiye Finans Zirvesi”ni düzenledi. “En Hızlı Uyum Sağlayanın Geleceği: Finansal Kurumlar 2021’in Ötesinde Nasıl Yenilenecek, Yeniden Yapılanacak ve Yatırımlar Nasıl Şekillenecek?” temasıyla düzenlenen etkinlikte; finans, sigorta, borsa ve yatırım kuruluşlarının üst düzey bilgi teknolojileri ve iş birimleri yöneticileri bir araya gelerek finans sektörünün geleceğine dair öngörülerini ve yeni stratejilerini paylaştı.

İşte öne çıkan bazı değerlendirmeler:

■ **IDC Türkiye Ülke Direktörü**

Nevin Çizmeciogulları:

“Salgının da gösterdiği gibi, iş ortamındaki beklenmedik değişikliklere hızlı ve etkili bir şekilde yanıt verme yeteneği, bir kurumun kısa vadeli başarısı için kritik öneme sahip. Gelecekteki iş kesintilerine hazırlanmak için kurumların sadece yanıt vermek yerine hızlı uyum sağlamalarını sağlayacak ve yeni iş modelleri oluşturacak planlara ihtiyacı var. Dijital yeteneklere yapılan yatırımlar, bir kurumun sadece mevcut krize uyum sağlamasına değil, aynı zamanda değişen koşullardan yararlanmasına da olanak tanıyor.”

■ **İş Bankası CEO’su Hakan Aran:**

“Tüketime dayalı cari açığı artıran büyüme

modelimizi üretime dayalı, tasarruflarımızı artıran bir modele dönüştürmek zorundayız. Bazı kurumlar geleceği öngörmeye çalışır, bazı kurumların öngörüsü ise geleceği oluşturur. Bu yüzden ne düşündüğümüz, ne yaptığımız, kaynakları hangi önceliklere göre nereye tahsis ettiğimiz önemli. Dönem konuşma, konuşarak fikir verme değil, eyleme geçme, yaptıklarımızla ilham verme dönemi.”



■ **Denizbank COO’su Dilek Duman:**

“Yeni normalde dijitalleşmenin etkisiyle sadece evden veya sadece ofisten çalışma değil ortam bağımsız hibrit çalışma modelleri kalıcı olacak. Dijitalleşme ‘insanı’ daha ön plana çıkardı; en büyük değeri yaratan insan ve onun ihtiyaçları, talepleri için daha neler yapılabilir konusu her zamankinden fazla önceliğimiz olacak.”

■ **Türkiye Finans Katılım Bankası**

COO’su A. Fahri Öbek: “Önümüzdeki

dönemde hibrit çalışma modelleri yaygınlaşacak. Zaman ve mekandan bağımsız, ofiste geçirilen süreye değil üretilen çıktılara ve yaratılan değere odaklanan esnek çalışma modelleri daha çok tercih edilecek.”

■ **Türkiye Finans Katılım Bankası**

CIO’su Mustafa Bezeklioğlu: “Dijitalleşmeyle birlikte bankaların alternatif dağıtım kanalları ana kanal haline geldi. Islak imza ve kurye olmadan uzaktan müşteri edini-

nimiyle açık bankacılık konusundaki gelişmeler ‘yeri zamanı olmayan bankacılık’ uygulamalarının önünü açtı. Sektörde yepyeni bir dönemi başlatan bu süreç bizi ‘görünmez bankacılık’ olarak tanımlanan geleceğin bankacılık vizyonuna götürecektir.”

■ **Anadolubank CIO’su Tunç**

Bergsan: “Son yıllarda giderek hızlanan teknolojik dönüşümün Mart 2020’de Kovid-19 salgını nedeniyle birkaç hafta içinde kafalarda da dö-

nüşümden devrime evrildiğini, bu devrimde kullanıcıların güvenlik endişelerini ve eski alışkanlıklarını kırarak tüm işlemlerini uzaktan yapabilmeyi talep ettiklerini, yasal düzenleyicilerin de bu imkanı sağlamaları sayesinde yıllar sürecektir bir geçiş döneminin aylar seviyesine indiğini ifade etti. Bundan sonraki dönemde mekandan bağımsız self servis bankacılığı ticari müşterilerde de ana işlem hattı yapmak üzere çalıştıklarını” belirtti.

2021 YILI IDC TÜRKİYE FİNANS TEKNOLOJİ ÖDÜLLERİ

■ **Yılın En Büyük Veri ve Analitik Projesi:**

Akbank - Şüpheli İşlem Tespitinde Yapay Zeka Kullanımı

■ **Yılın En İyi Kurumsal Bankacılık**

Projesi: Garanti BBVA - Ticari Kredi Süreçleri için Yeni Nesil Platform

■ **Yılın En İyi Müşteri Deneyimi Projesi:**

Aksigorta - Tadım Otomatik Depo Projesi

■ **Yılın En İyi Veri Altyapı Projesi:**

Aksigorta - Yapay Zeka ile Müşteri Odaklı Fiyatlandırma

■ **Yılın En İyi Dijital Kanallar Projesi:**

Architech Bilişim Sistemleri - E-Para ve Ödeme Kuruluşları için Bulut Tabanlı Teknolojik Altyapı

■ **Yılın En İyi Kurumsal Dönüşüm**

Projesi: Allianz Türkiye - Enterprise



Transformation

■ **Yılın En İyi Finansal Tabana Yayılma Projesi:**

Aköde Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri - Tosla

■ **Yılın En İyi Finansal Kurum ve Ticari İşletme İş Ortakları Projesi:**

Multinet Up - İstanbulkart’la Multinet Rotası Projesi

■ **Yılın En İyi Yönetim, Risk & Uyum**

Projesi: ING - Kara Para Aklama ile Mücadelede Yeni Çağ

■ **Yılın En İyi Çoklu Kanal Çözümleri**

Projesi: Kuveyt Türk Katılım Bankası - XTM’de İşaret Dili Projesi

■ **Yılın En İyi Güvenlik ve Hile/Su-**

istimal Yönetimi Projesi: Aksigorta - Motor Dışı Sigortalar Hasar Suistimal Önleme ve Yakalama Projesi

■ **Yılın En İyi Teknoloji Servis Sunumu**

Projesi: Sigorta Bilgi ve Gözetim Merkezi - Bulut Altyapı Dönüşüm Programı

■ **Yılın Finansal Hizmetler Banka**

Kategori Ödülü: İlker Altıntaş, COO & CIO, Akbank

■ **Yılın Finansal Hizmetler Sigorta**

Kategori Ödülü: Metin Demirel, CIO, Aksigorta

■ **Yılın Finansal Hizmetler Ödeme Sis-**

temleri Kategori Ödülü: Sitare Sezgin, Genel Müdür, Aköde

“FIRSAT EŞİTLİĞİ ve kapsayıcılık DNA’mızda var”

Dijital dönüşüm için yapay zeka temelli teknolojiler geliştiren Micro Focus; siber güvenlik, bulut altyapıları, büyük veri alanlarında yeni ürün ve hizmetler çıkarmaya hazırlanıyor. Micro Focus Türkiye, Yunanistan ve Kıbrıs Genel Müdürü Deniz Kırca'nın 2021 yılı ajandasının en üst sırasında ise “akıllı dijital dönüşüm” var. Kırca, “Özellikle bulut altyapılarına yönelik teknoloji yatırımlarımızla yeni müşteriler kazanmak, Türkiye’den küresel başarı hikayeleri çıkarmak üzere çalışmalarımızı sürdürüyoruz” diyor.

Yaz tatillerinde marketlerde, müzelerde çalışan, üniversitede ders vererek harçlığını kazanan Kırca, genç yaşta edindiği tecrübelerle deyim yerindeyse taşın suyunu çıkartarak zirve yolunda ilerlemiş. İşte kariyerine Java programcısı olarak başlayan Kırca'nın başarılarla dolu zirve yolculuğu...



*Zirve
Sohbetleri*

Tülin Çakmak

tcakmak@psmmag.com



Deniz Kırca
Micro Focus Türkiye,
Yunanistan ve Kıbrıs Genel Müdürü

Önce kısaca sizi tanıyabilir miyiz? Hangi eğitimleri aldınız, kariyeriniz nasıl başladı?

Hayatımı sürekli okumaya ve öğrenmeye adanmış, matematik dahisi mühendis bir baba ile her konuda becerikli, güçlü, pozitif bir annenin en büyük çocuğu olarak dünyaya geldim. Babam her zaman “kız çocukları okumalı, çalışmalı, üretmeli, felsefe ve bilimde kendini geliştirmeli” diyerek bizi aktif çalışmaya ve okumaya yönlendirdi. Bu anlamda döneme göre sıra dışı, demokratik bir Karadenizli ailede büyüdüm. Yaz tatillerinde marketlerde, müzelerde çalıştığımı, üniversitedeyken kurslarda ders verdiğimi veya harbiye açık hava tiyatrosu

konserlerinde çalıştığımı büyük minnetle hatırlarım. Bu deneyimler bana çok şey kattı. Günümüzde CEO'larda aranan en büyük özellik dayanıklılık. Hayatta bu tür tecrübelerin büyük kazanç olduğuna inanıyorum. Çocukluğumdan beri bilgi teknolojileri tutkunuyum. Kariyerimi de bu alanda planlayıp eğitim tercihimi bu yönde yaptım. Önce Marmara Üniversitesi'nde Almanca enformatik, ardından Boğaziçi Üniversitesi'nde bilgisayar mühendisliği-yazılım eğitimi aldım. 22 yıl önce bilgi ve iletişim teknolojileri sektöründe Java programcısı olarak işe başladım. IBM, HP, BEA gibi dünya genelinde hizmet veren çeşitli şirketlerde ve bazı tele-



kom operatörlerinde teknik ve satış pozisyonlarında görev yaptım. 2013'te HP Türkiye'nin yazılımdan sorumlu ülke müdürlüğüne atandım, 2015'te sorumluluk alanıma Yunanistan da eklendi. Hatırlayacağımız gibi 2017'de Hewlett Packard Enterprise'in (HPE) yazılım bölümü İngiliz yazılım devi Micro Focus ile birleşti ve tamamen yeni bir şirket kuruldu. Böylece ben de Türkiye, Yunanistan ve Kıbrıs bölgelerindeki faaliyetlerin sorumluluğunu üstlendim.

Sürekli değişim-dönüşüm içerisinde olan bir sektörde çalışmak sizi nasıl besliyor?

Teknolojilerin insanların pek çok işini üstlenmekle yapmakla kalmadığı, aynı zamanda bu işleri her geçen gün daha iyi yapabildiği yeni bir dijital çağı eşiğindediriz. Otomasyon, yapay zeka ve dijital teknolojilerin gelişme hızları farklı ülkelerde değişiklik gösterse de McKinsey araştırmaları bu teknolojilerin benimsenmesinin dünya ekonomisinin yüzde 50'sini etkileyebileceğini gösteriyor. Böyle bir sektörde çalışmak da her gün değişen hızlı bir dünyaya adapte olmayı gerektiriyor. Otomasyon, yapay zeka ve dijital teknolojilerin birçok sektörü dönüştürerek çok sayıda yeni iş yaratması bekleniyor. Bu dönüşümü yaşatan sektörün içinden bir lider olarak her günümüz öğrenerek, araştırarak ve etkileşimle geçiyor. Teknoloji sektöründe çalışmak yaşam boyu öğrenmek demek. Yazılımcı kökenli olmanın da etkisiyle mevcut liderlik rolümü yerine getirirken, işimizin tüm detaylarına hakim olabilmek için genç yazılımcılarımızdan "tersine mentorluk" almayı da ihmal etmiyorum.

Kadınların sektöre ne gibi katkılar sağladığını düşünüyorsunuz?

Teknolojide etkin ve başarılı olmayı sağlayan zekâ, merak, çalışkanlık, dikkat gibi pek çok yetkinlik kadınlar da fazlasıyla var. Kadın çalışan sayısının daha yüksek olduğu şirketlerde farklı çözüm ve iş yapış şekilleri öne çıkıyor. Bu da şirketin verimliliğini artırıyor. Araştırmalar, analizler, kadın ve erkek çalışan oranının birbirine yakın olduğu şirketlerde finansal performansın arttığını, verimliliğin sektör ortalamalarının üzerinde oluştuğunu ortaya koyuyor. Kadınlar işyerinde mutluluğa erkeklerden çok önem veriyor, bu da onların teknoloji alanında daha sevilen liderler olmasını sağlıyor. Ayrıca kadın liderlerin karşısındaki kişileri daha etkin dinlediğini ve empatik iletişimde daha yetkin olduğunu gözlemliyorum.

Dijital dönüşümle kadın-erkek iş hayatında eşitleniyor. Kadınlar yeniliklere daha açık ve olaylara daha yaratıcı, olumlu bir bakış açısı getirebiliyor. Bu açıdan kadınların dijital dönüşüme liderlik edeceğine inanıyorum. Kadınlar, ekip çalışmasına yatkınlıkları, zorluklardan yılmayan ve çözüm odaklı bakış açılarıyla bugünün ve yarının iş dünyası için çok önemli meziyetlere sahip.

Kariyerinin başındaki kadın yönetici adaylarına ilk tavsiyeniz ne olur?

Kadınların yönetim kademelerinde yer almasını destekliyorum. Benim gibi liderlik hedefleyen tüm kadınlara tavsiyem, eşitliğin bir ayrıcalık değil doğal bir hak olduğunu yaşayarak ve yaşatarak göstermeleri. Yani "rol



model" olmaları. Kariyerim boyunca çalışma hayatının cinsiyetten ve tüm ayrıştırmalardan bağımsız olması için sorumluluk aldım ve almaya da devam ediyorum. İş hayatının cinsiyet değil yetenek ve yetkinlik bazlı olması için çalışıyorum. Şirket içerisinde, kişisel olarak ve projeler yoluyla toplumsal cinsiyet eşitliğine katkı sağlayacak projelerin hayata geçmesini önemsiyorum.

Sektörde kadın çalışan istihdamını artırmak için neler önerirsiniz?

Öncelikle kadın-erkek dengesi sağlanmış yönetim ekipleri kurulmalı. Yönetici pozisyonlarında kadın liderlerin sayısı ve görünürlüğünü artırmak, daha etkin bir kurumsal yönetim ve kadın istihdamına katkının yanı sıra teknoloji sektörünün erkek egemen bir dünya olduğu algısını değiştirmekte de etkili olacaktır. Teknoloji sektöründeki kadınlar mentorluk kavramını önemsiyor. Sektörün genç kadınları teknoloji sektöründeki güçlü kadın liderler tarafından mentorluk, koçluk ve gelişim programlarıyla yetiştirilmeli.

Kişisel olarak ise şirket içi uygulamalarımızın dışında genç kadın mühendis adaylarına ilham vermeye çalışıyorum, gönüllü mentorluk programlarına katılarak öğrencilerimize destek olmaya devam ediyorum. Bence yazılım kadınlar için en ideal sektör. Zaten teknoloji hem genç kuşaklar hem kadınlar için ilk tercih edilen sektör olma özelliğine sahip. Bu cazibe korunmanın ötesinde artırılmalı.

Organizasyonunuzun kadın-erkek çalışan dağılımı nasıl? Kadın çalışanların veya yöneticilerin artmasına yönelik bir uygulamanız var mı?

Çalışanlarımızın üçte biri kadınlardan oluşuyor ve bu sayı her geçen gün artıyor. Kadınların istihdamı ve hakları konusunda herkesi farkındalığa çağırıyor ve bu konuda çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Micro Focus, küresel düzeyde fırsat eşitliği sağlayan bir şirket. Çalışanlarımızın yetkinlik ve yeteneklerinin artırılması amacıyla eğitimler, mentorluk programları, kritik deneyim kazanımı için fırsat yaratılması gibi pek çok çalışma yürütülüyor.

Micro Focus olarak tüm çalışanlarımıza esnek, uzaktan çalışma fırsatı da dahil daima kapsayıcı bir çalışma ortamı sunuyoruz. Kapsayıcılık şirketimizin DNA'sında var. Bu doğrultuda görev atamalarına ayrımcı bir tutumla yaklaşılmıyor. Kariyer fırsatları da cinsiyet, ırk, dil, din farkı gözetmeksizin liyakata göre eşit olarak sunuluyor.

Micro Focus Türkiye'nin 2021 hedeflerini ve ilk yarı değerlendirmesini alabilir miyiz? Bu yıl özellikle odaklandığınız bir alan oldu mu?

"Akıllı dijital dönüşüm", bu yıl da ajandamın ilk sırasında. Bu sadece benim değil aslında tüm şirketlerin odağı.



Micro Focus olarak hazırladığımız dijital dönüşüm raporuna göre şirketlerin yüzde 46'sı bu yolculuğun henüz başlangıç aşamasında olduğunu açıklıyor. Yüzde 55'inin önümüzdeki 1 yıl içinde tamamlamayı planladığını açıklaması ise aslında salgının dijital dönüşümü ne kadar hızlandırdığı gösteriyor. Uygulamaların yaşam döngüsünün hızlandırılmasının, BT dönüşümünün basitleştirilmesinin, siber güvenlik dayanıklılığın artırılmasının ve verilerin doğru zamanda doğru sonuçlarla analiz edilmesinin dijital dönüşümde anahtar olduğuna inanıyoruz. Kurumların dijital dönüşümlerini tamamlarken bir taraftan da değişikliklerin getireceği olası risklerden arınmış şekilde mevcut işlerini yürütebilmesi gerekiyor. Dijital dönüşümde yapay zekâ temelli teknolojiler öne çıkıyor. Bu alanda yeni ürün ve hizmetlerimiz olacak. SAP ile çok kritik çalışmalarımız var. SAP/Hana dönüşümlerinde kurumların test, yedekleme ve otomasyon ihtiyaçlarına pratik çözümler sunuyoruz. Gerek siber güvenlik, gerek büyük veri gerekse bulutta yeni ürün ve hizmetler üzerine çalışıyoruz. Özellikle bulut altyapılarına yönelik teknoloji yatırımlarımızla, Türkiye'den büyük küresel başarı hikayeleri çıkarma hedefiyle çalışmalarımıza devam ediyoruz. Yeni müşteriler kazanmak için de işbirlikleri hayata geçiriyoruz.

Son 3 yılda elde ettiğimiz başarılar, Micro Focus Türkiye olarak bize daha çok sorumluluk ve pilot ülke olma başarısı getirdi. İzleme, güvenlik ve KVKK projeleriyle tüm dünyada yenilikçi ve alanında ilk olan projelerin çıkarılmasıyla Micro Focus dünyasında dikkat çekti.

Salgın iş hayatınızı nasıl etkiledi? Micro Focus Türkiye'de neler değişti?

İlk vakayla birlikte hızla aksiyon aldık. Küresel politi-

YOĞUN İŞ TEMPONUZ ARASINDA, İŞ VE ÖZEL HAYAT DENGESİNİ NASIL SAĞLIYORSUNUZ, HOBİLERİNİZ NELER?

İş tempom çok yoğun. Fırsat bulabildiğim her anda öncelikle ailem ve çocuklarımla vakit geçirmeyi tercih ediyorum. Spor için de zaman ayırıyor. "sağlam kafa sağlam vücutta bulunur" felsefesiyle bol bol açık alanda yürüyüş yapıyorum. 20 yıldır tenis oynuyorum. Bir müzik aleti çalabilmeyi çok isterdim. Onun yerine iyi bir dinleyici oldum. Tam bir Debussy hayranıyım, saatlerce "Clair de Lune" dinleyebilirim. Okumayı da çok severim. Özellikle küçük kızımın okuma saatlerimiz benim için günün en güzel zamanı.

rımızın sağlığı oldu. "Yeni normal" döneminde uygulanacak çalışma modelini belirleyebilmek için Micro Focus içerisinde yakın zamanda 12 bin çalışan arasında bir anket yapıldı. Çalışanların büyük çoğunluğu en azından haftanın belirli günleri ofisi kullanacak şekilde hibrit bir modeli tercih etti. Şirketler arasında hibrit çalışma modellerinin kalıcı olacağı ve çalışanların üçte birden fazlasının salgın sonrasında da uzaktan çalışmaya devam edeceği görüşü yaygın. ☹

Türkiye'nin Lider Finansal Teknoloji Şirketlerinden Intertech Fintech Ekosistemi ile Bankacılığı Yeniden Şekillendiriyor



Ömer Uyar
Intertech CEO'su

Ekosistem, yenilikçi ve uzmanlaşmış çözümler sunan fintechlerin sektöre ve ülke ekonomisine yüksek katma değer sağlamasını hedefliyor. Bankalar müşterilerine bu çözümleri ulaştırarak değişim sürecini kendi avantajlarına çevirebilecekler ve kayda değer maliyet optimizasyonu sağlayabilecekler. Fintechler de bankaların dijital bankacılık, satış, risk yönetimi ve hukuk gibi alanlarda güçlü birikimlerinden faydalanarak büyük müşteri tabanlarına ulaşma imkanı bulacaklar.

Intertech CEO'su Ömer Uyar, Açık Bankacılık alanında cesur vizyonları ile ilgili şu açıklamalarda bulundu; "Intertech olarak 200'den fazla servisin kullanıma hazır olduğu, bulut uyumlu Türkiye'nin en büyük API platformunu geliştirdik. İçeriği, güvenliği ve altyapı kalitesi açısından küresel çapta bu servisi sağlayan firmalara rakip olabileceğimizi rahatlıkla söyleyebilirim. Daha şimdiden PSD2 ile uyumlu platformumuzu Avrupa'da iki banka kullanmaya başladı.

Fintechlerin yenilikçi çözümlerini sınırsız bir şekilde kolayca entegre olarak bankalara sunabileceği geniş kapsamlı bir finansal ekosistem hedeflemekteyiz. İlham verici bir örnek olarak Denizbank için geliştirilmiş olan yeni Mobil Deniz uygulamasının tamamen bu platform üzerinde geliştirildiğini vurgulamak isterim. Son dönemde 50'den fazla fintech firma ile iş modellerini görüştük ve entegrasyon süreçlerimizi hızlandırdık. Şu ana kadar 15 fintech firmanın ürünlerini müşterimiz olan kurumlarda aktif olarak kullanıma açtık.

api.intertech.com.tr adresinden ziyaret edebileceğiniz platformumuz zengin dokümantasyonu ve kusursuz formatıyla fintechlerin ve finansal kurumların açık bankacılığa erişimini kolaylaştırma-ya amaçlıyor.

Açık bankacılık ekosistemi ile fintechler değerlerini arttırabilecekleri fırsatları yakalayacaklar. En önemli ise bankalar ve fintechler doğru iş modelleri ile müşterilerine kişiye özel, pratik çözümler ulaştırarak onların hayatlarını kolaylaştıracaklar. Bireyler ve kurumlar; finansal verisini, karar alma süreçlerini ve işlemlerini daha etkin yönetebilecekler.

Ayrıca, son dönemde yaşadığımız pandemi ile hayatımızın ve finansal aktivitenin dijital platformlara hızla kaydığını gözlemliyoruz. Bu yeni gerçekle birlikte açık bankacılığın ve inovasyonun önemi daha da anlaşılır hale geldi. Sonuç olarak, değişime ayak uydurabilen ve açık bankacılık alanına yatırım yapan bankalar olası dezavantajları yıkıp tam tersi rekabetçi avantaj elde edebilecek.

Gelecek vizyonumuzun en önemli girişimi olan bu ekosistemin sektör açısından stratejik anlamda çok değerli olduğunu düşünüyoruz. Aynı motivasyona sahip fintechlere çok değer veriyoruz ve iş ortağımız olmalarını istiyoruz."

Bankacılık ve finans sektörüne ürün ve servis sağlayan, Türkiye'nin en büyük finansal teknoloji şirketlerinden biri olan Intertech, inter-API "Açık Bankacılık Platformu" ile geleceğin bankacılığının kapılarını aralıyor. Platform, dijital transformasyon sürecinde devrim niteliğinde bir girişimle bankaları ve fintechleri bünyesinde entegre ederek Türkiye'nin en geniş finansal ekosistemini oluşturuyor.

Ekosistem Bankalar için Riski Fırsata Dönüştürecek

Fintechlerin yükselişinin bankalar için taşıdığı risklerle ilgili Ömer Uyar, "Açık Bankacılık" ile ilgili şu bilgileri paylaştı; "Öncelikle, fintechlerle müşterilerin ve pazarın paylaşıyor olması fikri rekabet açısından bir dezavantaj gibi algılanabilir. İş hacmi ve gelir kaybı endişesi yaratması doğaldır. Ancak, açık bankacılıkta küresel örneklerle baktığımızda tablo daha farklı ve olumlu sonuçlara işaret ediyor. Her şeyden önce fintechlerin yenilikçi, kişiye özel çözümlerini apiler üzerinde entegre eden bankalar yüksek müşteri memnuniyeti sağlayacaklar. Aynı zamanda, açık bankacılık ekosistemleri ile fintech-

lerin ve e-ticaret platformlarının müşteri tabanına ulaşan bankalar, ödemeler ve kredi alanlarında pazar payı ve gelirlerini arttırabilecekler. Açık bankacılık ekosistemleri içerisinde ticaret, sağlık, turizm, eğitim, sigortacılık, yatırım bankacılığı gibi farklı alanlarda fintech çözümleri ile yeni pazarlara ve dataya ulaşabilecekler. Bankalar, sadece ödemeler alanında değil, krediler, risk yönetimi, müşteri deneyimi, güvenlik ve lojistik gibi farklı ihtiyaçları için de inovasyonu dışarı açabilecekler. Birçok dijital yenilikçi çözümü apilerle kendi temel bankacılık sistemlerine ve kanallarına entegre edebilecekler. Özellikle veri analitiği ve yapay zeka ile gelişmiş fintech uygulamaları farklı alanlarda bankalara çözüm üretmekte. Bu çözümleri kullanarak inovasyonu dışarı açan bankalar daha etkin maliyet yönetimi yapabilecekler. Sürecin sonunda kendi kaynakları ile daha verimli teknolojik yatırımlara odaklanabilecekler."

Açık Bankacılık Tüketicinin Hayatını Kolaylaştıracak

Ömer Uyar, ekosistem bankacılığının tüketicinin hayatını nasıl değiştireceği hakkında önemli tespitlerde bulundu; "Açık bankacılık alanında üretilen teknolojilerin ana amacı müşteri memnuniyeti. Dijital Teknoloji kişiye özel, yenilikçi ve pratik çözümlerle hayatımıza girecek. Bireyler ve şirketler, mobil cihazlarında, bilgisayarlarında fintech ve bankaların uygulamalarını kullanarak finansal işlemlerini rahatlıkla gerçekleştirecekler. Açık bankacılığın sağladığı şeffaf ve güvenli ortamda finansal verinin kontrolü artık tüketiciye geçecek. Gündelik hayatta alış-veriş, eğitim, spor, seyahat, sağlık, sigortacılık gibi birçok farklı alan açık bankacılık ekosistemleri ile buluşacak. Bu sayede hayatımızı planlamak ve paramızı yönetmek daha kolay olacak. Özellikle şirketler hızlı ve anında bilgiye ulaşma ve işlem rahatlığı sayesinde daha etkin finansal karar alma süreçleri yönetecekler. Açık bankacılığın sağlayacağı inovasyon iş hacimlerini büyütme ve etkin kaynak yönetimine ortam sağlayacak. Dijital çözümlerin etkin kullanımı ile maliyetler düşecek ve gelirler artacaktır."

Intertech dünyanın önde gelen teknoloji şirketleri arasında yer alıyor

Intertech finans ve bankacılık sektörüne yönelik geliştirdiği yenilikçi çözümlerle 11 ülkede 54 banka ve finans kurumuna ürün ve hizmet sağlıyor. 1987 yılında kurulan ve 2002'de Denizbank Finansal Hizmetler Grubu bünyesine katılan Intertech hız kesmeden yatırımlarına ve büyümeye devam ederek çok kısa sürede ürettiği ileri teknolojilerle Türkiye'nin en önemli değerlerinden biri oldu.

PSM AWARDS 2021 BAŞLADI

Finans ve teknoloji sektörüne hizmet ve altyapı sağlayan şirketlerin inovatif projelerinin ödüllendirildiği PSM AWARDS start aldı. Geçen yıl 11 kategoride 52 proje ödüllendirilmişti. Bu yıl, işinde fark yaratan kadınlara yönelik “WSpark Genç Kıvılcım” ödülü de yarışmaya dahil edildi...

Finans ve teknoloji sektörünün gelişmesini hedef alan yenilikçi ürün ve hizmetleri desteklemek, inovatif projeleri öne çıkararak bunların gelişimindeki iş modellerinin paylaşılmasını sağlamak ve sektördeki yaratıcılığı teşvik etmek amacıyla 2018 yılından bu yana düzenlenen PSM AWARDS 2021 başvuruları 1 Temmuz’da başladı. Bankalar, finansal teknoloji şirketleri, ödeme kuruluşları, sigorta şirketleri ve bu kuruluşlarla işbirliği yapan, ortak proje yürüten şirketler, “Yenilik”, “Yaratıcılık” ve “Sosyal Fayda” bölümlerindeki Altın PSM, Gümüş PSM, PSM Başarı Ödülü için yarışacak. Başvurular 15 Eylül’e kadar devam edecek.

FinTech İstanbul Danışma Kurulu Üyesi Dr. Soner Canko başkanlığındaki PSM AWARDS jüri üyeleri şu isimlerden oluşuyor: MAPFRE Sigorta Yönetim Kurulu Başkanı Z. Nazan Somer Özelgin, HSBC Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Sönmez, Startups.watch Kurucusu Serkan Ünsal, FinTech İstanbul Kurucu Ortağı Prof. Dr. Selim Yazıcı, BloombergHT Editörü Sefer Yüksel, Canpolat Legal Kurucu Ortağı Av. Yaşar K. Canpolat ve PSM Yayın Danışmanı Abdullah Çetin.

Sektör yarışıyor, yazılımcı gençler kazanıyor

Her yıl olduğu gibi bu yıl da bir sosyal sorumluluk projesi olarak düzenlenen yarışmada, yarışmacılar başvuru ücretleriyle Türkiye’yi teknolojiye dünya

çapında bir yetenek merkezi haline getirmek amacıyla, başta genç kızlar olmak üzere nitelikli yazılımcılar yetiştirmeyi hedefleyen “Kodluyoruz” sosyal girişimini destekleyecek. Kodluyoruz, potansiyeli yüksek ve sosyo ekonomik ihtiyacı olan gençlere ücretsiz eğitimler sağlıyor.

PSM AWARDS 2021 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

WSpark Genç Kıvılcım

KİMLER, NASIL BAŞVURABİLİR?

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

YARIŞMA TAKVİMİ

Proje uygulama dönemi:

1 Ocak 2020 - 15 Eylül 2021

Başvuru dönemi:

1 Temmuz - 15 Eylül 2021

Online jüri değerlendirmesi:

26 Ekim 2021

Finalistlerin açıklanması:

15 Kasım 2021

Jüri toplantısı:

9 Kasım 2021

Ödül töreni:

8 Aralık 2021

PSM Ödülleri’ne başvurmak ve organizasyon hakkında detaylı bilgi almak için psm@psmmag.com adresinden iletişime geçebilirsiniz.



Gündem

Kulis

Dünya

Sağlık
Seyahat

Konut
DASK

BES

Sigorta
verileri

Sigorta Gündem

Atamalar, terfiler

Sektörle ilgili son gelişmeler

Kim nereye transfer oldu?

Detaylı bilanço analizleri



Hepsi ve daha fazlası için
www.sigortagundem.com



MÜŞTERİ VE BANKA SIRLARI BAZI İSTİSNALAR DIŞINDA PAYLAŞILAMAYACAK



YTHukuk Bürosu
Av. Tuğba Köseer - Av. Kortan Toygar

Geçen aylarda BDDK (Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu) tarafından kamuoyunun görüşüne taslak olarak sunulan Sır Niteliğindeki Bilgilerin Paylaşılması Hakkında Yönetmelik, 4 Haziran 2021 tarih ve 31501 sayılı Resmi Gazete’de, 1 Ocak 2022 tarihinden itibaren yürürlüğe girecek şekilde yayımlandı.

Daha önce söz konusu taslağa ilişkin yazımızda da belirttiğimiz üzere, yönetmelik kapsamında bankalarda çalışan kişilerin; görevleri ve sıfatları nedeniyle elde etmiş oldukları bankaya veya müşteriye ait bilgilerin ve sırların, görevleri sona ermiş dahi olsa, kanunen açıkça yetkili kılınan merciler dışında bir kimseye açıklayamayacağı düzenleniyor. İlgili yönetmelikle müşteri sırrı, kimliksizleştirme, toplulaştırma gibi yeni tanımlara yer verildiği görülüyor.

■ Yönetmelik kapsamında toplulaştırma, “Müşteriye ilişkin verilerin; gruplama, özetleme, toplu gösterim gibi istatistiksel amaçlarla diğer müşterilere ilişkin verilerle birleştirilerek kimliği belirli veya belirlenebilir bir gerçek/tüzel kişi müşteriyle ilişkilendirilemeyecek şekilde işlenmesi” ibaresiyle tanımlanıyor.

■ Kimliksizleştirme için “Müşteriye ilişkin verilerin; kimliği belirli veya belirlenebilir söz konusu gerçek/tüzel kişi müşteriyle iliş-

kilendirilememesi için teknik ve idari tedbirlerin alınması şartıyla ve farklı bir ortamda muhafaza edilen diğer verilerle bir araya getirilmeksizin ilgili müşteriyle ilişkilendirilemeyecek şekilde işlenmesi” tanımı yapıyor.

■ Müşteri sırrı ise “Bankacılık faaliyetlerine özgü olarak bankalarla müşteri ilişkisi kurulduktan sonra oluşan gerçek ve tüzel kişilere ait veriler” olarak tanımlanıyor.

İki yeni istisna getirildi

Yönetmelik taslağında sır saklama yükümlüğünün istisnası olarak kanunen açıkça yetkili kılınan mercilerle paylaşma, gizlilik sözleşmesi yapılması ve sadece belirtilen amaçlarla sınırlı kılınması koşuluyla bankaların ve finansal kuruluşların kendi aralarında, konsolide finansal tablo hazırlama çalışmalarını ve risk yönetimi ve iç denetim uygulamaları kapsamında ana ortaklıklarına bilgi ve belge verilmesi, banka sermayesinin yüzde onunu ve daha fazlasını temsil eden payların satışı amacıyla yapılacak değerlendirme çalışmalarında kullanılmak üzere muhtemel alıcılara bilgi ve belge verilmesi gibi örnekler sayılıyor. 4 Haziran 2021 tarihinde yayımlanan yönetmelikle taslakta yer verilen istisnalara şu eklemelerin yapıldığı görülüyor:

■ “Bankanın taraf olduğu uyuşmazlıklarda iddia ya da savunmasının ispatı için zorunlu olması halinde, söz konusu uyuşmazlığın tarafı olan gerçek veya tüzel kişilere ait müşteri sırrı niteliğindeki bilgilere veya banka sırrı niteliğindeki bilgilere ilişkin olarak, yurtiçindeki ya da yurtdışındaki yargı makamları ile tahkim, arabuluculuk ve hakem heyeti gibi alternatif uyuşmazlık çözmeye yetkili makamlarla ya da bu makamlarla paylaşmak üzere söz konusu uyuşmazlıklarda bankayı temsil eden taraflarla yapılan paylaşımlar sır saklama yükümlülüğüne aykırılık teşkil etmez.”

■ “5549 sayılı kanunun 5’inci maddesi uyarınca finansal gruba bağlı kuruluşların, müşterinin tanınmasıyla hesap ve işlemlere ilişkin olarak grup içerisinde bilgi paylaşımı sır saklama yükümlülüğüne aykırılık teşkil etmez.”

Eklenen ilk istisnaya bankaların taraf olduğu uyuşmazlıklar çerçevesinde, müşteri





Banka çalışanları, görevleri ve sıfatları nedeniyle elde ettikleri bankaya veya müşteriye ait bilgileri ve sırları, görevleri sona erse dahi, kanunen açıkça yetkili kılınan merciler dışında kimseye açıklayamıyor. Bankaların taraf olduğu uyuşmazlıklar çerçevesinde, müşteri sırrı veya banka sırrı niteliğindeki bilgilerin, yargılamalar ve alternatif uyuşmazlık çözümü kapsamında yer alan makamlarla paylaşılmasının ise önü açıldı...

sırrı veya banka sırrı niteliğindeki bilgileri, yargılamalar ve alternatif uyuşmazlık çözümü kapsamında yer alan makamlarla paylaşılmasının bu yönetmeliğin çerçevesinde herhangi bir aykırılık teşkil etmeyeceği düzenlenmiş durumda. Bu şekilde yargılama çerçevesinde ortaya çıkan uyuşmazlıklarda bankaların savunmaları ve iddiaları kapsamında gerekli belgeleri mahkeme vb yargı mercilerine herhangi bir yükümlülük altına girmeden sunabilmesinin yolu açılmış ve adil yargılanma hakkı ve silahların eşitliği ilkeleri çerçevesinde hukuka uygun yargılama yapılabilmesine olanak tanınmış oluyor. Ancak bu paylaşımın izin verildiği haller açıkça "iddia ya da savunmanın ispatı için zorunlu olması halleri" ile sınırlandırılmış durumda. Eklenen ikinci istisna kapsamı ise Suç Gelirlerinin Aklanmasının Önlenmesi Hakkında Kanun kapsamında finansal gruba bağlı kuruluşlara getirilen müşterinin tanınması yükümlülüğünün yerine getirilmesi kapsamında grup içerisinde veri ve bilgi paylaşılmasının sır saklama yükümlülüğüne aykırılık teşkil etmeyeceğini belirtiyor.

Müşterinin açık rızası yetmiyor; talebi veya talimatı gerekiyor

Yönetmelikte daha önce paylaşılan taslağa ek olarak bir husus daha eklendiği göze çarpıyor. Yönetmelik kapsamında, istisna olarak sayılan haller hariç olmak üzere müşteri sırrı niteliğindeki bilgiler, müşterinin açık rızası alınsa dahi müşteriden gelen bir talep ya da talimat ol-



maksızın yurtiçi ve yurtdışındaki üçüncü kişilerle paylaşamıyor. Ek olarak, banka bu açık rızanın veya talimatın verilmesini hizmet ön şartı olarak göstermiyor.

Taslaktaki metne ek olarak müşterinin vermiş olduğu talep ya da talimatı, talep ya da talimatın alındığı aynı yöntemlerle istediği zaman iptal etmesine veya değiştirilmesine olanak tanınıyor. Ayrıca bu talimat veya talebin birden çok işlemi kapsayabileceği ve işin niteliğine göre süresiz olarak verilebileceği belirtiliyor.

ORTAKLIKLARIN DA VERBİS'E KAYIT YÜKÜMLÜLÜĞÜ VAR

KVKK (Kişisel Verileri Koruma Kurumu), 25 Haziran 2021 tarihinde bir duyuru yayınlamaya, iş ortaklığı/konsorsiyum/adi ortaklık gibi yapılar altında yürütülen faaliyetler çerçevesinde işlenen kişisel veriler bakımından VERBİS'e (Veri Sorumluları Sicil Bilgi Sistemi) kayıt yükümlülüğü olduğunu ve bu verilerin de kategorize olarak ilgili sisteme işlenmesi gerektiğini belirtti. Söz konusu duyuru kapsamında kurum, sicile kayıt yükümlülüğünün asıl amacının kişisel veri işleme süreçlerinin şeffaf ve ilgili kişilere hesap verebilir nitelikte yürütülmesiyle ilgili kişilerin kendi kişisel verileri üzerinde en üst düzeyde kontrol sağlanması olduğunu belirtti. Ayrıca, ortaklığı oluşturan ortaklardan hâlihazırda sicile



kayıt yükümlülüğü bulunanların, VERBİS'e kayıtları esnasında kendi faaliyetleriyle birlikte ortaklık faali-

yetleri kapsamında işledikleri kişisel verilere ilişkin de bilgi girişi yapması gerektiğini bildirdi.



eID ve her AB vatandaşına dijital cüzdan için ilk adım atıldı

Avrupa Birliği, 2030 yılına kadar vatandaşlarının yüzde 80'inin eID çözümleri kullanmasını hedefliyor. Birlik bu doğrultuda ilk adımı atarak dijital kimlik oluşturma çalışmalarını ilan etti. 27 AB üyesi ülke vatandaşlarının tüm kamu, finansal ve ticari işlemlerini yapabileceği bir cüzdan üzerinde çalışılıyor. İlgili standartların bu yılın sonuna doğru belirlenmesi bekleniyor...



Avrupa Komisyonu, Avrupa Birliği bünyesinde 2030 yılına kadar izlenecek dijital pusulayı açıkladı. Bu doğrultuda ilk adım olarak bir "Avrupa Dijital Kimliği" (eID) oluşturulacak. Bu kapsamda 27 AB ülkesinde kullanıma sunulacak dijital cüzdan da önemli bir kilometre taşı olacak.

"Dijital Çağa Uygun Bir Avrupa" sloganını benimse-

yen Avrupa Komisyonu, 2030 yılına kadar tüm önemli kamu hizmetlerinin çevrimiçi olarak sunulmasını öngörüyor. Örneğin, tüm AB vatandaşları elektronik ortamda tıbbi kayıtlarına erişebilecek. Vatandaşların en az yüzde 80'inin ise eID çözümleri kullanması hedefleniyor. İşte bu hedefe ulaşmak için 27 ülkede kullanılacak ortak bir dijital cüzdan için ilk adım atıldı.

Tüm AB vatandaşlarının yerel yönetim web sitelerine erişim yapmasına, tek kimlik kullanarak faturaları ödemesine fırsat verecek olan dijital cüzdanla tüm elektronik bilgileri de paylaşmak mümkün olacak. Birlik çapındaki tüm çevrimiçi hizmetlere de erişim bu cüzdanla sağlanacak. Avrupa Komisyonu Başkan Yardımcılarından Margrethe Vestager, projeye ilgili "Avrupa Dijital Kimliği, herhangi bir üye devlette evde yaptığımız tüm işlemleri herhangi bir ekstra maliyet olmadan ve çok daha kolay yapmamızı sağlayacak. İster ev kiralamak ister ülkemiz dışında bir banka hesabı açmak gibi ihtiyacımız olan tüm işlemleri güvenli ve şeffaf bir şekilde yapabileceğiz. Böylece kendimiz hakkında ne kadar bilgiyi kiminle ve hangi amaçla paylaşmak istediğimize karar vereceğiz. Bu, hepimizi Avrupa'da yaşamının ve Avrupalı olmanın ne demek olduğunu deneyimlemeye götürmek için eşsiz bir fırsat" yorumunu yaptı.

Ticaret için de güvenli ödeme sağlayacak

İç Pazardan Sorumlu Komisyon Üyesi Thierry Breton'un konuyla ilgili görüşleri de şöyle: "AB vatandaşları, ister vergi beyannamesi vermek gibi ulusal yönetimlerle iş yapıyor olsunlar ister resmi kimlik bilgilerine ihtiyaç duydukları bir Avrupa üniversitesine

YÖNETMELİK EYLÜL AYINDA NETLEŞEBİLİR

Avrupa Dijital Kimliği'ni isteyen her AB vatandaşı alabilececek. AB vatandaşı olmayıp da birlik içindeki işletmelere hizmet verenler de belli koşullarla bu kimliğe sahip olabilecek.

Avrupa Dijital Kimliği cüzdanları, birlik genelinde kamu ve özel dijital hizmetlere erişim amacıyla kullanıcıları tanımlamanın veya belirli kişisel nitelikleri kanıtlamanın bir yolu olarak kullanılabilir.

Kişilerin kimliklerinin, verilerinin ve sertifikalarının hangi yönlerini üçüncü taraflarla paylaşacaklarını seçmelerine ve bu paylaşımları takip etmelerine olanak tanıyacak. Kullanıcı kontrolü, yalnızca istenilen bilgilerin paylaşılmasını sağlayacak.

Avrupa Komisyonu, üye devletlerin Eylül 2022'ye kadar ortak bir "araç kutusu" oluşturmaya ve gerekli hazırlık çalışmalarını derhal başlatmaya davet etti. Söz konusu pakette en iyi uygulamalar için teknik mimari, standartlar ve yönergeler yer alacak.

kaydolurken yalnızca yüksek düzeyde güvenlik değil aynı zamanda kolaylık da bekliyor. Avrupa Dijital Kimliği cüzdanları, havalimanında check-in yapmaktan araba kiralamaya kadar her türlü hizmet için veri depolamak ve kullanmak için yeni bir olanak sunuyor.”

Bu yöntemin herkes için bir Avrupa seçeneği sunduğunu belirten Breton, “Büyük küçük Avrupalı şirketlerimiz de bu dijital kimlikten faydalanacak, güvenli bir şekilde teklif vermek, hizmetlerini tanımlamak ve karşılıklı ödemeler yapmak için çok yeni ve kolay çözümleri kullanabilecek” dedi.

Avrupa Dijital Kimliği'nin çerçevesi

■ Yeni yönetmelik kapsamında üye devletler, vatandaşlara ve işletmelere, ulusal dijital kimliklerini diğer kişisel niteliklerin (örneğin ehliyet, diploma, banka hesabı) kamutlarıyla ilişkilendirebilecek dijital cüzdan sunacak. Bu cüzdanlar, bir üye devlet tarafından tanınmaları koşuluyla, kamu makamları veya özel kuruluşlar tarafından sağlanacak.

■ Yeni Avrupa Dijital Kimliği cüzdanları, tüm Avrupalıların özel tanımlama yöntemlerini kullanmak zorunda kalmadan veya gereksiz yere kişisel verileri paylaşmadan hizmetlere çevrimiçi olarak erişmelerini sağlayacak.

AVRUPALI bankalar, yeni bir CBDC için iş birliği yapıyor

Banque de France, İsviçre Ulusal Bankası ve BIS İnovasyon Merkezi, bir merkez bankası dijital para birimini (CBDC) deneyeceklerini duyurdu. Deneme, bir blokzincirindeki hisse senedi veya tahvil gibi finansal araçlar için sınır ötesi ticaret yapmayı amaçlıyor. Söz konusu ticarete dijital İsviçre Frangı ve dijital Euro'nun kullanılması amaçlanıyor.

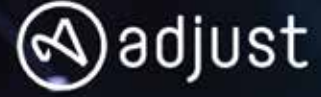
“Project Jura” adı verilen bu sınır ötesi çalışmaya Accenture Credit Suisse, Natixis, R3, SIX Digital Exchange ve UBS konsorsiyumu da dahil oldu. Bu katılımcılar aynı zamanda Accenture'in Banque de France'daki dijital Euro deneyleri konsorsiyumunun bir parçası konumunda. Öte yandan Fransa Merkez Bankası, bugüne kadar en büyük merkez bankası dijital para birimi denemelerinden biri için sekiz ayrı konsorsiyum oluşturdu. Son zamanlarda, Avrupa Yatırım Bankası tarafından da halka açık blokzinciri tahvil ihracını çözmek için bir CBDC sağlandı. Dağıtılmış defter teknolojisi kullanılarak hisse senedi ticaretinin anında ödemeye karşılık teslim edilmesi (DvP) hedefleniyor. Atomik bir işlem olması nedeniyle varlığın veya ödemenin aktarılması işleminin bir kısmı başarısız olursa, her iki taraf da başarısız oluyor. Bu teknoloji karşılıklı olarak işlemlerin riskini azaltıyor, böylece kredi risklerini ölçmek ya da sigortalamak gibi işlemlere gerek kalmıyor.



DERİ ALTINDAKİ İMPLANTLA ÖDEME DÖNEMİ BAŞLADI

Giyilebilir araçlarla ödeme popülaritesini koruyor. Saatler, yüzükler ya da gysilerin herhangi bir yerine yerleştirilmiş cihazların yanı sıra artık vücut içine yerleştirilmiş çipler de gündemde. İngiliz ve Polonya ortak girişim Walletmor, derinin hemen altına yerleştirilebilen bir implantla ödeme yaptırabilen ürününü tanıttı. Şu anda sadece Avrupa'da kullanılmaya başlayan ödeme yöntemine sahip olmak için önce bir hastaneye başvurmak gerekiyor. Cihazın cilt altına yerleştirilmesini hastanelerin yanı sıra klinik ve çeşitli estetik merkezleri de yapabiliyor. Walletmor'un kurucusu Wojciech Paprota, işlemin 15 dakikada ve ağrısız

olarak yapılabildiğini söylüyor. Bugüne kadar dünya çapında kabul gören güvenliğe sahip bir implant üretilmediğini iddia eden Paprota, “Bu ödeme yöntemini kullanmak için Avrupa iCard platformunda bir hesap oluşturmanız ve hesabınıza bir para aktarmanız gerekiyor. Ürünümüze oldukça yoğun ilgi var. Henüz yeni tanıtılmamıza rağmen İngiltere, Almanya, Polonya ve İskandinav ülkelerinden her gün yaklaşık 200 yeni kullanıcı sisteme katılıyor” diyor. Yaklaşık yarım milimetre kalınlığındaki implantın fiyatı 199 Euro. Biyopolimer yapısıyla vücuda herhangi bir zarar vermeyen implant, anten ve metal bir kılıfla ödemeyi sağlıyor.



MOBİL uygulama indirmelerinde liderlik FinTek'lerin



Adjust tarafından açıklanan “Uygulama Trendleri Raporu 2021”, mobil uygulamalara ilginin küresel düzeyde artarak sürdüğünü gösteriyor. Adjust’ı kullanan en iyi 2 bin uygulamayı temel alan ve oyun, e-ticaret ve FinTek sektörlerinde takip edilen uygulamaların verilerinden yararlanan rapor; kurulumlar, oturumlar, uygulama içerisinde geçirilen zaman, kullanıcı tutma ve reattribution (uygulamayı kullanmayı bırakan kullanıcıların başka bir kaynaktan geri gelmesi) trendlerini analiz ediyor. Rapora göre;

Dijital bankacılık ve ödeme uygulamaları zirvede

- 2020 yılında mobil FinTek uygulama kurulumları, 2019’a göre yüzde 51 artışla diğer tüm sektörleri geride bıraktı.
- Uygulama kurulumları, bu yılın başında ise 2020 ortalamasına göre yüzde 12 arttı. Bunda Robinhood,

Acorns, Gatsby gibi borsa uygulamalarının yüksek oranda tercih edilmesinin payı büyük.

- FinTek uygulamalarında oturum açma sayısı da 2020’de hızlı yükseldi. Bu da dijital bankacılık ve ödeme uygulamalarına doğru önemli bir kayış olduğunu gösteriyor. Oturumlar yıllık bazda yüzde 85 arttı. 2021’in ilk dönemindeki artış ise yüzde 35 seviyesinde oluştu.

Oyun uygulamaları yavaşlarsa da büyüme sürüyor

- “Hyper casual” (oynaması kolay ve genelde ücretsiz) oyunların oturumları 2020’de yıllık bazda yüzde 36 arttı. Diğer oyunlardaki artış ise yüzde 27 oldu.
- 2021’de hyper casual oyunların şu ana kadarki oturumları yüzde 21 azalsa da ilk koronavirüs kapanması denklemden çıkarıldığında yıllık performans aşağı yukarı aynı kaldı. Şubat ayında ocağı göre yüzde 47 daha yüksek performans sergilendi.

E-ticaret uygulamaları kararlılığını sürdürüyor

- E-ticaret uygulamalarının kurulumları 2020 yılında yüzde 6 ile nispeten düşük bir büyüme kaydetti. Oturumlar ise yüzde 44 artarak, alışverişi mobil cihazlarda yapmayı tercih edenlerin ne kadar yüksek bir etkileşime sahip olduğunu gösterdi.
- 2021, gerek kurulumlar gerekse oturumlar açısından hızlı başladı. 2020 ortalamalarına göre sırasıyla yüzde 11 ve yüzde 14 artış söz konusu. Özellikle şubat ayının son ve mart ayının ilk haftalarında oturumlardaki artış yüzde 20’nin üzerine çıktı. ☺



ŞEKERBANK MÜŞTERİLERİNE HER ATM BEDAVA



Otomatik fatura ödeme talimatı vererek,
yurt içindeki farklı bankaların ATM'lerinden herhangi bir ücret
ödemeden, ayda 3 kez toplamda 3.000 TL'ye kadar para çekebilirsiniz.

Detaylı bilgi sekerbank.com.tr'de.

Şekerbank 

“ PayFix’le
paranızı
zaman
ve mekan
sınırı olmadan,
7/24 yönetebilme
konforunu yaşayın.

PayFix

Yeni Nesil Ödeme