

# PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZİNE

HAZİRAN 2022

Sayı: 134 / Fiyatı: 20 TL

**Sigortayeri  
InsurTech  
dönüşümü  
için ilk  
adımı attı**



**TÜRKİYE'DE VE  
DÜNYADA AÇIK  
BANKACILIK**



**KOBİ'LER İÇİN  
ANAHTAR TESLİM  
BULUT HSM**

**3D SECURE 2 İLE  
KUSURSUZ KULLANICI  
DOĞRULAMA**



**DİJİTAL GİŞE İLE  
BAMBAŞKA BİR  
ŞUBE DENEYİMİ**

**Papara COO'su Cenap Doğru**

**Papara, finansal  
SuperApp olma yolunda**



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

# PayFix

Yeni Nesil Ödeme



**Abdullah Çetin**  
acetin@psmmag.com

## Bankacılığın kaybı değil, finansın kazancı

1 yılı aşkın bir süredir şubeye gitmeden, ıslak imza atmadan, uzaktan ve dijital ortamda kimlik doğrulamayla banka müşterisi olabiliyoruz. Salgının da etkisiyle gerek bankalar gerekse müşteri adayları bu uygulamayı çabuk sahiplendi. Bankaların verileri ve araştırmalar, özellikle mobil uygulamalar üzerinden yeni banka müşterisi olanların sayısının hızla arttığını ortaya koyuyor...

Dijitalleşme ve müşteri tercihlerindeki değişim, banka şube ve çalışan sayısına ise azalma olarak yansıyor. 57 bankanın faaliyet gösterdiği sektörde 2021 sonu itibarıyla çalışan sayısı 185 binlere, şube sayısı da 9 bin 800'lere gerilemiş. Buna karşılık toplam aktif dijital bankacılık müşteri sayısı 78 milyona ulaşmış... Bankaların çalışan sayısının azalması finans sektöründe istihdam kaybı olarak algılanmamalı. Aksine her geçen gün yenileri kurulan FinTek girişimleriyle birlikte belirgin bir artıştan bile söz etmek mümkün. Sonuçta su akıyor, yolunu buluyor. Mobil uygulamalardan bahsetmişken bu alandaki küresel gelişmelere de kısaca değinmekte yarar var. Geçen yıl mobil uygulama

kullanıcıları, bu mecralarda 170 milyar dolarlık harcama yapmış. Mobil bankacılık uygulamaları üzerinden geçen yıllık ciro ise yüzde 88 artışla 6.8 milyar doları bulmuş. Mobil reklam harcamaları 288 milyar dolarla rekor kırarken mobil oyun pazarı da 100 milyar dolara merdiven dayamış. Küresel m-ticaret (elektronik mobil ticaret) pazarının yıllık hacmi ise 3.5 trilyon doları aşmış... Sözün özü, dijital ve mobil büyümede sınır tanımıyor. Yenilik, kazanç ve rekabet bu alanda yoğunlaşıyor. Geleneksel bankalar, yeni nesil dijital bankalar, FinTek'ler, kısacası finans sektörünün tüm aktörleri de bunun farkında ve enerjilerini daha çok dijitalleşmeye, mobile harcıyorlar. Ayrıntılarını merak ediyorsanız lütfen sayfaları çevirmeye devam edin. Keyifli okumalar.



[www.psmmag.com](http://www.psmmag.com)

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

İMTİYAZ SAHİBİ VE GENEL YAYIN YÖNETMENİ

**Kayhan Öztürk**  
kozturk@psmmag.com

GENEL KOORDİNATÖR

**Barış Bekar**  
bbekar@akilliyasamdergisi.com

YAYIN DANIŞMANI

**Abdullah Çetin**  
acetin@psmmag.com

EDİTÖRLER

**E. Esin Gedik**

esin.gedik@gmail.com

**Berrin Vildan Uyanık Bekar**

buyanik@akilliyasamdergisi.com

**Özlem Bayburs**

ozlemkbayburs@gmail.com

MUHABİR

**Afife Kaya**

akaya@psmmag.com

MARKA VE PROJE YÖNETİMİ

**Tülin Çakmak**

tcakmak@psmmag.com

REKLAM & REZERVASYON

bbekar@akilliyasamdergisi.com

GÖRSEL TASARIM

**Yücel Asırlık**

yucelasirlik@gmail.com

YAYINCILIK ŞİRKETİ

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 • HAZİRAN 2022

6

Şekerbank müşterileri,  
Bankamatikleri ücretsiz  
kullanabilecek

18

Papara, finansal  
SuperApp olma yolunda

21

Türkiye’de ve dünyada  
açık bankacılık

22

Finartz, 3D Secure 2 ile kusursuz bir  
kullanıcı doğrulama sistemi sunuyor

24

Procenne, bulut HSM ile  
KOBİ’lerin de yanında

26

Dijital Gişeler ile banka şubelerinin  
çehresi değişiyor

28

40 ülkeden 300 finansal kurum,  
risk ve uyum süreçlerinde  
Sanction Scanner’a güveniyor



30

Visa kanatları altında  
5 unicorn adayı



32

Sigortayeri, InsurTech dönüşümü  
için ilk adımı attı

36

“İçimizdeki el frenlerini  
çekmeyelim...”

40

Şubeliklerin oranı yüzde 2’ye  
kadar düştü!

42

Siber risk yönetimi için  
rehber olacak 6 ilke

44

Bankaların aktif toplamı  
10 trilyon TL’ye koşuyor

46

Gurbetçi vatandaşlar da pasaportlarıyla  
uzaktan banka hesabı açabilecek

48

Mobil uygulamalar her alanda  
rekora koşuyor

**BONUS'U  
OLANLA OLMAYAN  
BİR OLUR MU!**



**BONUSFLAŞ'IN  
YENİ TEKNOLOJİSİYLE  
SLİP SAKLAMAYA SON!**

**BonusFlaş'ı  
hemen indirin!**



**BONUS  
FLAŞ**

**Yeni teknoloji Dijital Slip'le** Garanti BBVA POS'larından yaptığınız işlemlerin sliplerini saklamanıza gerek yok. BonusFlaş'tan işlemlerinizi tıklayarak, sliplerinize anında ulaşın.

Üstelik uygun Garanti BBVA POS'larından yaptığınız 500 TL altındaki temassız işlemlerinizde sadece dijital slip alarak doğayı koruyun.

**15 milyon Bonuslu var. Sizde yok mu?**

Dijital slip görüntüleme özelliği, BonusFlaş'ın yeni versiyonundan itibaren kullanılabilir. İşyeri entegrasyonları zaman içinde yaygınlaşacağı için, sadece dijital slip alma özelliği uyumlu Garanti BBVA işyerlerindeki 500 TL altı temassız işlemlerde geçerlidir. Diğer işlemler için basılı slip alma devam edecektir.

## ► İş Bankası'ndan esnaf, tacir ve çiftçi müşterilere özel avantajlar

İş Bankası, ürün ve hizmetlerini esnaf, gerçek kişi tacir ve çiftçi müşterileri için daha yalın ve kolay hale getirmek için geliştirmelere devam ediyor. Banka, müşterilerinin zengin işlem menüsüyle İşCep üzerinden ürün ve hizmetlere kolayca ulaşabilecekleri bir deneyim sunuyor.

İşCep'te yer alan "Müşteri Olmak İstiyorum" özelliğinden faydalanıp müşteri olanlar 1 yıl boyunca İşCep ve İnternet Şube'den havale ve EFT işlemlerini ücretsiz yapabiliyor.

Ayrıca İş Bankası Ticari Kartı olarak yapacakları ilk 200 TL'lik harcamaya 200 TL MaxiPuan kazanıyor ve Pazarama'da indirim kuponuna sahip olabiliyorlar. POS sürecini de uçtan uca dijitalleştiren İş Bankası, müşterilerin İşCep ve Maximum İşyerim uygulamaları üzerinden POS



taleplerini birkaç saniyede işleme alıyor, POS cihazlarını da iş adreslerine gönderiyor. Eğer cihaz yazarkasa POS ise İş Bankası yazılımı yükleniyor. Gerçek kişi tacir niteliğindeki müşteriler, kendi müşterileri nerede olursa olsun, bir link ile ödeme alabilecekleri Linkle Tahsilat

uygulamasına veya kartsız ve POS cihazı olmadan kullanabilecek QR POS uygulamasına da yine bu kanallardan başvurabiliyor. 30 Haziran'a kadar yapılan "Anında POS" başvurularında ise ilk 6 ay geçerli olmak üzere kullanım ücreti ödenmiyor.

## Şekerbank müşterileri, Bankamatikleri ücretsiz kullanabilecek

Şekerbank, müşterilerinin ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda İş Bankası ile iş birliği yaparak ülke çapındaki ATM ağını genişletti. Söz konusu iş birliği kapsamında Şekerbank müşterileri, Türkiye genelindeki İş Bankası Bankamatiklerini 7/24 ücretsiz kullanabilecek.

Şekerbank müşterileri, tüm Şekerbank kartlarıyla para çekme, para yatırma, bakiye sorgulama ve kredi kartı işlemlerini Bankamatiklerden herhangi bir ücret ödmeden yapabilecek. Öte yandan Şekerbank, 14 Mayıs Dünya Çiftçiler Günü'ne özel yeni bir kampanya başlattı. Banka kampanya kapsamında çiftçi müşterilerinin 100 bin TL'ye kadar nakit ihtiyacını 24 aya varan vadeler ve avantajlı faiz oranlarıyla karşılayabiliyor. Şekerbank KOBİ, Perakende ve Tarım Bankacılığı Genel Müdür Yardımcısı Tuğbay Kumoğlu, kampanyayla ilgili "Şekerbank olarak gerek çiftçilerin gerekse tarımsal ürün ticareti yapan müşterilerimizin tüm iş süreçlerini yakından takip ediyor, üreticileri



Tuğbay Kumoğlu

her dönem destekliyoruz. 14 Mayıs Dünya Çiftçiler Günü'nün de bizim için önemi büyük. Her yıl 14 Mayıs'ta gelenekselleşen kampanyamızla çiftçilerimizin ihtiyaçlarına

yönelik nakit desteği sunmaya özen gösteriyoruz. Bu vesileyle çiftçilerimizin Dünya Çiftçiler Günü'nü kutluyoruz" ifadelerini kullandı.

# Türkiye Sigorta'dan dört dörtlük Tamamlayıcı Sağlık Sigortası!

Siz de tamamlayıcı sağlık sigortanızı uygun fiyat ve 9 taksit fırsatıyla Türkiye Sigorta'dan yaptırın. Hem sağlığınıza hem bütçenize iyi gelecek pek çok ayrıcalıktan faydalanın.

Uygun  
Fiyat ve  
**9**  
Taksit  
Fırsatı

Ayakta ve  
Yatarak  
Tedavi  
Seçenekleri

Geniş  
Özel Hastane  
ve  
Anlaşmalı  
Kurum Ağı

Check-Up  
Hizmeti



## ► TÖDEB'in yeni yönetimi belli oldu

Türkiye Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşları Birliği (TÖDEB), 3. Olağan Genel Kurul Toplantısı'nı yaptı. Yetkili FinTek hizmeti veren şirketlerin katıldığı toplantıda yeni yönetim kurulu, denetleme kurulu ve disiplin komitesi üyeleri seçildi. İstanbul'da yapılan genel kurulun açılış konuşmalarını TÖDEB Başkanı Burhan Eliaçık, Rekabet Kurumu Başkan Yardımcısı Faik Metin Tiryaki, Finans Ofisi Başkan Yardımcısı Necip Fazıl Kaymak, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Genel Müdür Yardımcısı Serdar Murat Öztaner yaptı.

Burhan Eliaçık, toplantıda özetle şöyle konuştu: "Güçlü, parlayan dünyada söz sahibi bir ödeme sistemlerine sahip olmak hepimizin ortak hayali. Bu hayali gerçekleştirmek isteyen ödeme ve elektronik para kuruluşlarında büyüyen, üreten şirketleri ve daha önemlisi ülkesi için değer üreten, ortaya çıkaran bir sektör olmak hepimizin ortak çabası. Bu hayale giden yolda bize öncülük eden TÖDEB'in de burada çok özel bir yeri var. Ortak amaca yönelik bir arada olmanın gücünü yeterince etkin kullanmak için bazı temel değerlere sonuna kadar sahip çıkmamız gerekiyor. Bu değerlerin başında birlik olmak, şeffaf ilerlemek geliyor. Birliğimizdeki her bir üyenin temsiliyeti son derece önemli. TÖDEB kısa sürede çok şey başardı ama alması gereken daha çok yol var. Birliğimiz, enerjimiz ve sahip olduğumuz dinamizmi ülkemize katmamız için en etkili organizamız. Bu organı bugüne kadar en iyi şekilde kullandık. Bugünden sonra genel kurulun da katkısıyla çok daha iyilerini yapacağız."



### YENİ YÖNETİM KURULU

Aypara Ödeme Kuruluşu  
Ödeal Ödeme Kuruluşu  
İyzi Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri  
PayFix Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri  
Turkcell Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri  
Vizyon Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri  
Paytr Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu  
Elekse Elektronik Para ve Ödeme Kuruluşu  
Sender Ödeme Hizmetleri  
Belbim Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri

Aköde Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri  
Dgpara Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu  
Ozan Elektronik Para

### YENİ DENETLEME KURULU

Moka Ödeme ve Elektronik Para  
Octet Express Ödeme Kuruluşu  
Trend Ödeme Kuruluşu

### YENİ DİSİPLİN KOMİTESİ

Ria Turkey Ödeme Kuruluşu  
TURK Elektronik Para  
Nomu Pay Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri

## Şubeye gitmeden banka hesabı açma başvuruları 5 kat arttı

Uzaktan müşteri edinimine (digital onboarding) ilişkin usul ve esaslar, Nisan 2021'de yayınlanan "Bankalarca Kullanılacak Uzaktan Kimlik Tespiti Yöntemlerine İlişkin Yönetmelik" ile belirlenmişti. Kullanıcıların müşterisi olmadıkları bir bankada hesap açmak için şubeye gitme zorunluluğunu ortadan kaldıran bu hizmet, finans kuruluşlarının yeni müşteri edinirken uyguladığı işlemleri ıslak imza zorunluluğu olmadan dijital



platformlar üzerinden yapmasına olanak tanıdı. Türkiye Bankalar Birliği (TBB)

verilerine göre, nisan ayında bir bankada hesap açmak için uzaktan başvuru yapanların sayısı 1 milyon 410 bin olarak kaydedildi. Geçen yıl mayıs ayında ise bu sayı 278 bin civarındaydı. Bu da söz konusu dönemler karşılaştırıldığında aylık bazda yaklaşık 5 kat artışa karşılık geliyor. Müşteri temsilcisiyle görüntülü görüşme yapılarak sonuçlandırılan uzaktan müşteri edinimi sayısı ise 332 bin olarak tespit edildi.



# Müşterilerinize hızlı, güvenli, pürüzsüz ödeme tecrübesi için Payten Ödeme Çözümleri

Türkiye'nin en geniş online ödeme ağını yöneten Payten'den

Ödeme Geçidi

Fraud Çözümü

Link ile Ödeme

Alternatif Ödeme Yöntemleri

Mutabakat Çözümü

Bayi Tahsilatı

Kart Saklama

Mobil Çözümler

Secure IVR

Ödeme Kuruluşu Paratika

3D Secure 2.2



[www.payten.com](http://www.payten.com)

**Payten**

## ► Hakkarililer temassız alışverişi sevdi!

Garanti BBVA Ödeme Sistemleri (GÖSAŞ), Garanti BBVA kartları ile Garanti BBVA POS'larından yapılan işlemler üzerinden yapılan araştırmanın sonuçlarını açıkladı. 2021 ve 2022 yıllarının ilk 4 aylık dönemlerinin kıyaslandığı araştırma, alışverişlerin en fazla arttığı sektörlerden ödeme trendlerine kadar kart kullanımındaki alışkanlıklara ışık tutuyor. Araştırmaya göre, 2022'nin ilk 4 ayında hava yolları harcamaları 2021'in aynı dönemine kıyasla yüzde 342 büyüyerek ilk sırada yer aldı. Hava yollarını, yüzde 220'lik artışla restoran sektörü takip ederken, üçüncü sırada yüzde 211 ile seyahat acenteleri ve taşımacılık sektörü yer aldı. Salgının etkisiyle kartla temassız ödeme tercihlerinde artış gözlemlendi. Temassız ödemeler, salgın döneminde özellikle hijyen katkısıyla en çok tercih edilen ödeme alışkanlıklarından biri oldu. Ocak-Nisan 2022 döneminde temassız ödemelerde bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 211 büyüme

kaydedildi. Toplam alışverişler içinde temassız işlemlerin en yüksek olduğu il yüzde 48 ile Hakkari oldu. Kadınlar temassız işlem alışverişlerini yüzde 212, erkekler yüzde 210 artırdı. Normalleşme sürecinin hızlanmasıyla birlikte yaşanan AVM'lere dönüş sonrasında yılın ilk 4 ayında e-ticaret harcamaları geçen yıla göre yüzde 78 büyüdü. Bu büyüme, e-ticaret hacminin uzun süre sonra ilk defa toplam alışverişler içinde e-ticaret işlemlerinin en yüksek olduğu il ise yüzde 39 ile İstanbul oldu. 2022'nin ilk 4 ayında Garanti BBVA kartlarıyla yapılan tüm alışverişlerin yüzde 75'i peşin, yüzde 25'i ise taksitli yapıldı. 4 aylık sürede peşin alışverişler önceki yıla göre yüzde 84, taksitli alışverişler de yüzde 82 arttı.



## Alışverişlerde "dijital slip" uygulaması başladı

Garanti BBVA banka veya kredi kartlarıyla Garanti BBVA POS'larında yapılan tüm işlemler artık ekstra bir düzenleme gereksiz BonusFlaş uygulamasından takip edilebilecek. Kart kullanıcıları uygulama aracılığıyla fiziksel olarak aldıkları kağıt slipin birebir aynısı olan dijital versiyonunu görüntüleme imkanı bularak basılı slip saklama gereksiniminden kurtulacak. Müşteriler ayrıca, uygun Garanti BBVA POS'larında yapılan 500 TL altı temassız işlemler için BonusFlaş



Çağrı Süzer

üzerinden "sliplerimi sadece dijital olarak almak istiyorum, basılı almak istemiyorum" tercihi yaparak kağıt tüketimini ve karbon ayak izlerini azaltabilecek. Garanti BBVA Ödeme Sistemleri Genel Müdürü Murat Çağrı Süzer,

uygulamayla ilgili şu bilgileri paylaşıyor: "Araştırmalara göre tüm sektörlerde 2021 yılında yapılan işlemler göz önüne alındığında, kağıt slipleri hayatımızdan çıkararak 5 bin ton kağıt tasarrufuyla 86 bin ağacı kurtarılabileceğimizi öngörüyoruz. İçerdiği kimyasal sebebiyle geri dönüşümü de mümkün olmayan kağıt sliplerin yerine dijital slip uygulaması bu yönüyle de doğaya çok önemli bir katkı sağlayacak. Bu uygulamanın tüm ödeme sistemlerine yayılması için çalışmalarımız sürüyor. Banka olarak hem müşterilerimizin alışveriş deneyimini kolaylaştıracak hem de çevresel ayak izlerini azaltacak bu ilk adımla sektörümüze örnek olmaktan mutluluk duyuyoruz."

# POS-MODERN TEKNOLOJİ

Yeni nesil ödeme yöntemlerinin mucidi  
**PAYSTEIN P90 Android POS**, güvenli ödeme altyapısı,  
yüksek performansı ve ergonomik yapısıyla  
sizi bir adım öne çıkarıyor.

First Data  
CERTIFIED

pci PA-DSS  
VALIDATED

## Güvenli

- PCI PA-DSS v3.2, PCI PTS 5.1, EMV L1/L2, EMV CONTACTLESS PayPas, PayWave, ExpressPay, D-PAS, INTERAC, UnionPay, TROY
- Temaslı, temassız kartlar, QR kod, mobil ve e-cüzdan ödemelerini destekler

## Hızlı

- Yüksek performansı, tam dokunmatik ekranı, uzun ömürlü bataryası ile kesintisiz hizmet

## Uyumlu

- Açık sistem ANDROID altyapısı
- Web Servis API entegrasyon
- ISO 8583 / SPDH / APACS

Kartlı Ödeme Çözümleri

Dijital Ödeme Çözümleri

POS Yazılım ve Entegrasyonu

Sahtekârlık Önleme ve İzleme Sistemi

Sadakat Kart Uygulamaları

Kart Basım ve Kişiselleştirme Çözümleri

Ödeme Donanım Çözümleri

 **verisoft**

sales@verisoft.com | 0212 483 72 72

verisoft.com

## ► Şahıs işletmeleri de artık uzaktan VakıfBank müşterisi olabiliyor

VakıfBank, şahıs şirketlerine de uzaktan müşteri olma olanağı tanımaya başladı. Hatırlanacağı gibi banka, ilgili yönetmeliğin devreye alınmasıyla birlikte geçen yıl mayıs ayından itibaren bireysel müşteriler için uzaktan müşteri olma uygulamasını başlatmıştı. Bugüne kadar 135 bin yeni müşteri tamamen dijital kanallar aracılığıyla bankaya katıldı. VakıfBank, şimdi bu uygulamayı şahıs şirketlerini de kapsayacak şekilde genişletiyor.

VakıfBank müşterisi olmak isteyen şahıs firması sahipleri, VakıfBank Mobil'i cep telefonlarına indirerek "VakıfBank Müşterisi Ol" fonksiyonu aracılığıyla şubeye gitmeden, bulunduğu yerden yeni müşteri olabiliyor.

NFC (yakın alan iletişimi) özellikli telefon aracılığıyla kimlik kartını okutarak yüz tarama gerçekleştiriliyor. Firma



sahipleri için müşteri olma işlemi, yüz tanıma teknolojisi ve görüntülü görüşmeyle VakıfBank Mobil üzerinden kolaylıkla tamamlanıyor. İşletme adına vadesiz TL hesabı

açılarak, bankomat kartı işletmenin iletişim adresine iletiliyor ve müşteri olma süreci tamamlandıktan sonra müşteriler, tüm dijital kanalları aktif olarak kullanabiliyor.

## PayTR'de bir terfi, bir transfer

Geçen yıl Türkiye'nin en büyük özel sermaye fonu Actera ile yaptığı yatırım ortaklığıyla sermaye yapısı ve kurumsal yapısını güçlendiren PayTR, ekibine deneyimli isimleri katmaya devam ediyor. Bu doğrultuda COO görevine Ercüment Demir atandı. PayTR bünyesinde yürütülen tüm destek operasyonlarının yönetiminde yer alacak olan Demir, operasyon ekiplerinin büyütülmesi, operasyonel planlama ve süreçlerin geliştirilmesi konusunda aktif rol oynayacak. Demir ayrıca, 15 yılı aşkın süredir kartlı ödeme sistemleri sektöründe edindiği bilgi birikimi ve uluslararası tecrübesini sahtecilik (fraud) inceleme süreçlerinin geliştirilmesinde de kullanacak. 1978 İzmir doğumlu Ercüment Demir, kariyerine Bileşim A.Ş.'nin sahtecilik inceleme biriminde

başladı. Sonrasında PayU ve ininal'de yine ağırlıklı olarak sahtecilik önleme konusunda üst düzey yöneticilik yaptı. Gerek sahtecilik önleme gerekse geleneksel risk yönetiminden kurumsal risk yönetim sistemine geçiş sürecinde önemli roller üstlendi. 3 yıl önce risk yönetimi müdürü olarak katıldığı PayTR'de, 1 Ocak 2022 itibarıyla COO görevine terfi etti. Profesyonel seviyede

İngilizce, iyi seviye  
Almanca bilen  
Ercüment Demir,  
evli ve iki çocuk  
babası.  
15 yıllık  
deneyimiyle  
PayTR Risk



Ercüment Demir

Burcu Ergenç

Direktörü olarak göreve başlayan Burcu Ergenç ise mevzuat kapsamında risk süreçlerinin yönetimi, bankalar ve Mastercard ve Visa ile risk süreçlerinin iletişimi, riskli müşteri başvurularının yanı sıra ürün ve projelerin risk değerlendirme çalışmalarını yürütecek.

1984 İzmit doğumlu Burcu Ergenç, Ege Üniversitesi İşletme Bölümü mezunu. 2007-2015 yılları arasında Akbank'ın risk yönetimi ve güvenlik bölümünde çalışan Ergenç, bankada kredi kartı, işyeri, ATM, dijital bankacılık ve alternatif dağıtım kanallarında oluşabilecek dolandırıcılıklara karşı projeler geliştirmenin yanı sıra Mastercard/Visa/BKM bültenleri uyum programları, PCI DSS süreçlerinin takibi ve koordine edilmesi, KYC süreçlerinin yürütülmesi ve banka risk komitesi üyeliği gibi görevleri üstlendi. 2015-2022 yılları arasında ise Paratika'da risk & fraud müdürü olarak görev aldı.



## Şimdi her şey bir karenin içine sığıdı!

İş Bankalılar TR Karekod'la market, akaryakıt, yiyecek ve daha birçok ödemeyi cep telefonuyla kolayca yapıyor.

Siz de ödemelerinizi İşCep ya da Maximum Mobil'den TR Karekod ile yapabilir, cüzdan taşıma derdinden kurtulabilirsiniz.

Ayrıntılı bilgi:  
[isbank.com.tr](http://isbank.com.tr) ve [maximum.com.tr](http://maximum.com.tr)'de.



## ► MIR logolu kartlar, DenizBank üye iş yeri ve ATM'lerinde de kullanılabilir

DenizBank, Rusya'nın ulusal kart markası MIR logolu kartları tüm üye iş yerleri ve ATM'lerinde kabul etmeye başladı. Özellikle turistlere hizmet veren esnaf ve işletmelerin gelir artışına katkı sunması amaçlanan entegrasyonla DenizBank, 200 bini aşkın POS, 4 bin sanal POS ve 3 bin 500 ATM'de MIR kartlarla Türkiye genelinde işlem yapma imkanı sunuyor. MIR'ı Türkiye'de kabul eden dördüncü banka olan DenizBank'ın üye iş yerleri, temassız ve temassız tüm kartların yanı sıra MIR kartın mobil uygulaması olan MIR Pay üzerinden cep telefonuyla da ödeme alabiliyor.

DenizBank Perakende Bankacılık Grubu Genel Müdür Yardımcısı Ayşenur Hıçkırın, entegrasyonla ilgili şu bilgileri verdi: "Salgın döneminde seyahat kısıtları sebebiyle azalan turist sayısının arttığını ve paralelinde turizm gelirlerinin tekrar



Ayşenur Hıçkırın

toparlanma eğiliminde olduğunu mutlulukla gözlemliyoruz. Turizme yıllardır verdiğimiz desteğin devamı olarak, sektörün salgından kaynaklı yaralarını sarmak ve canlandırmak üzere de sorumluluk hissediyoruz. Aynı yaklaşımla mayıs ayı itibarıyla

MIR kartları ödeme sistemimize entegre ederek DenizBank POS ve ATM'lerinde kabul etmeye başladık. Bu entegrasyonla özellikle turizm destinasyonlarında faaliyet gösteren üye iş yerlerimiz, Rus turistlerden kolaylıkla ödeme alabilecek."

## Trendyol, Avrupa macerasını Berlin'den başlattı

Trendyol, ilk yurt dışı ofisini Almanya'nın başkenti Berlin'de açtı. Açılış dolayısıyla düzenlenen basın toplantısına Trendyol Grubu Başkanı Çağlayan Çetin, Trendyol Kurucu Ortağı Begüm Tekin, Trendyol Grubu Uluslararası Pazarlar Lideri Shibu Tharakan, Trendyol Grubu CMO'su Erdem İnan, Trendyol Grubu İK Lideri Beti Yuhay Almozlino ve Trendyol Grubu Kurumsal İletişim Lideri İrem Poyraz katıldı. Çağlayan Çetin, toplantıda Almanya ofisi ve küresel açılım hedefleriyle ilgili şu bilgileri paylaştı:

"İhracat ve uluslararası pazarlara açılma çalışmalarına 2 yıl önce başlamıştık. Bugün itibarıyla dünya çapında 50'den fazla küresel platformda Türkiye'deki markalarımızı ve bizimle çalışan işletmelerin markalarını satışa sunuyoruz. Aldığımız geri dönüşten Almanya'dan ciddi bir ilgi olduğunu gördük ve bu ülkedeki müşteriye ulaşabilecek bir platform kurma kararı aldık. Trendyol üzerinden Türkiye'de yapılan satışların yüzde



Çağlayan Çetin

70'ini yerli ürünler oluşturuyor. 83 bin satıcı, Trendyol'da satışa başladıktan sonra daha önce satmadığı bir ürünü Türkiye'de üretti. 'Yüzde 100 Made in Türkiye' damgalı ürünleri global arenaya taşıyarak ülkemizin e-ihracatına ve döviz girdilerine önemli katkı sunmayı hedefliyoruz. Türkiye'de bizim için üretim yapan 300'den fazla üreticimiz var. Onlar için yeni ihracat kapıları açıyoruz. Şu an dünya

çapında, yerli üreticilerimizin ürettiği ürünlere Trendyol aracılığıyla ulaşan 4 milyon müşteri var. 2023 yılı için toplam küresel satış hacmi hedefimiz 1 milyar dolar. Önümüzdeki 3 yıl içinde ise sadece Almanya'da yaklaşık 3 milyar Euro değerinde hacme ulaşmayı hedefliyoruz. Bu hedeflerimize yerli üreticilerle birlikte ulaşacağız. Hedefimiz, önümüzdeki 5 yıl içinde ciromuzun üçte birinin e-ihracattan gelmesi."



MUTLU BAYRAMLAR İÇİN  
ÇALIŞANLARA SEÇME ÖZGÜRLÜĞÜ,  
FİRMALARA TASARRUF SAĞLAYAN  
**MULTIGIFT KURUMSAL HEDİYE KARTI!**

İster **20.000 noktada geçerli MultiGift'i** ister **A101, CarrefourSA, Trendyol** gibi marka çözümlerini tercih edin, çalışanlarınız ihtiyacına göre seçimini kendi yapsın, firmanız **%39'a varan vergi avantajı** sağlasın.



Detaylı bilgi için.

**444 87 36**  
multinet.com.tr

 **multigift**

## ► Yeni müşterilerin 4'te 1'i Akbank Mobil'den geldi

Akbank, yıl boyunca düzenlediği kampanyalar sayesinde mobil uygulama üzerinden müşteri edinimindeki payını yükseltti. Uzaktan müşteri edinimiyle ilgili düzenlemenin yürürlüğe girdiği Mayıs 2021'den bu bankanın edindiği yeni müşterilerin dörtte biri Akbank Mobil üzerinden geldi. Kullanıcıların dijitalden müşteri olma sürecine yoğun ilgi gösterdiğini vurgulayan Bireysel Bankacılık ve Dijital Çözümler Genel Müdür Yardımcısı Burcu Civelek Yüce, Akbank özelinde ulaşılan sonuçları şöyle özetledi: "Uçtan uca dijitalleşen müşteri olma hizmetiyle bir bankanın müşterisi olmak veya banka değiştirmek hiç olmadığı kadar kolaylaştı. Bu süreçte de her zamanki gibi müşteri ihtiyaçlarını ve deneyim tasarısını odağımıza aldık. Müşterimiz olmak için Akbank Mobil'i indirenler aynı süreçte vadesiz hesap, banka kartı, kredi ve kredi kartı başvurularını da anında yapabiliyor. Böylece birçok temel bankacılık ürününe aynı anda sahip olup birçok avantajdan



Burcu Civelek Yüce

faydalanabiliyorlar. Bu da bizleri sektörden ayırtıran bir unsur oldu. Son 1 yıllık dönemde, müşterilerimizin de bu sürece ilgilerinin yoğun olduğunu söyleyebilirim. Geçen yıl mayıs ayından itibaren dijital kanallarımız üzerinden milyonlarca yeni müşteri başvurusu aldık. Yeni müşteri edinimimizde dijital kanalların payı, lansmandan Mart 2022 sonuna kadar önemli artış gösterdi. Bu süreçte dijitalden müşteri kazanım pazar payımızla da önemli artış sağladık. Dijitalden müşteri olma hizmetiyle internet bağlantısının olduğu her yer

artık Akbank şubesi oldu. Bu sayede şube ağımla ulaşmamızın zor olacağı bölgelere de ulaştık. Hatta dijitalden edindiğimiz müşterilerin yaklaşık yüzde 20'sinin bu bölgelerden geldiğini söyleyebiliyoruz. Özellikle gençler ve genç profesyonellerin bu hizmete ilgisi yoğun. Mobil'den Akbanklı olan 5 müşterimizin dördünün 35 yaş altı olması heyecan verici. Dijital kullanım yatkınlığı yüksek olan genç müşteri profilimizin finansal işlemlerini incelediğimizde mobil kanalı yüzde 40 daha fazla kullanması dikkati çekiyor."

## Architech'te bayrak değişimi

Kuveyt Türk'ün yüzde 100 iştiraki olarak finansal teknoloji sektöründe faaliyet gösteren Architech'te Mücahit Gündebahar'ın ayrılmasıyla boşalan genel müdürlük koltuğuna Ökkeş Emin Balçıçek oturdu. Yıldız Teknik Üniversitesi Bilgisayar Mühendisliği mezunu Balçıçek, yüksek lisansını Bilgi Üniversitesi İngilizce MBA programında tamamladı. Halen Konya Teknik Üniversitesi Bilgisayar Mühendisliği Bölümü'nde doktora eğitimine devam eden Balçıçek, kariyerine LCW şirketinde yazılım mühendisi olarak başladı. 2009 yılında Kuveyt Türk'e katılarak 10 yıl boyunca bilgi teknolojileri grubunda çeşitli pozisyonlarda yöneticilik yaptı. Mayıs 2019 itibarıyla Kuveyt Türk'ün yüzde 100 iştiraki Architech'te



Ökkeş Emin Balçıçek

teknolojiden sorumlu genel müdür yardımcısı olarak atanan Balçıçek, şirketin teknolojik gelişiminde önemli roller üstlendi. Evli ve iki

çocuk babası olan Ökkeş Emin Balçıçek, 11 Mayıs itibarıyla Architech Genel Müdürlüğü pozisyonunu üstlendi.



# Birikimleriniz YUVAM Hesabı'nda değerli

USD, EUR, GBP ve CHF cinsinden döviz birikimlerinizi Türk Lirası'na dönüştürerek YUVAM Hesabı açabilir, kur değişiminden etkilenmeden, %4'e varan ilave getiri fırsatı ve %0 stopaj avantajıyla her koşulda kazanabilirsiniz.

**VakıfBank, daima seninle.**



**YURT DIŞINDA  
YERLEŞİK  
VATANDAŞLAR  
MEVDUAT VE  
KATILIM SİSTEMİ**

**YUVAM HESABI**

Hesabınızı  
VakıfBank Mobil,  
internet bankacılığı  
ya da Őubelerimizden  
açabilirsiniz.

Detaylı bilgi: [www.vakifbank.com.tr](http://www.vakifbank.com.tr)

444 0 724 | [vakifbank.com.tr](http://vakifbank.com.tr)



**VakıfBank**

Burası Sizin Yeriniz

[@](#) [f](#) [t](#) [in](#) [v](#) /vakifbank

# Papara finansal SuperApp olma yolunda



Papara COO'su  
Cenap Doğru

Papara, 2022 sonunda dünyanın lider finans kuruluşları arasında yer almayı hedefliyor. Papara COO'su Cenap Doğru, "Bu amaçla Orta Avrupa'dan başlayarak yurt dışına açılacağız ve elde ettiğimiz başarıyı daha da yukarılara taşıyacağız" diyor...

**6** yılda 13 milyon kullanıcı sayısına ulaşan Papara, bir yandan ürün ve hizmet yelpazesini genişletirken bir yandan da yurt dışına açılma planları yapıyor. Şirketin yönetici ortakları arasında yer alan ve COO (Chief Operating Office) olarak görev yapan Cenap Doğru, "Önümüzdeki 3-4 yıl içinde dünyanın lider finans kuruluşları arasında yer almayı hedefliyoruz" diyor.

Papara, farklı sektör ve alanlara yönelik yeni ürün ve hizmetleriyle de dikkat çekiyor. Örneğin, kullanıcılar çok yakında Papara uygulaması üzerinden düşük maliyetlerle cep telefonu sigortası yaptırabilecek. Yine isteyen kullanıcılar, Nasdaq ve New York Stock Exchange borsalarında yatırım yapabilecek.

Papara'nın yeni dönem plan ve hedeflerini Cenap Doğru ile konuştuk...

## Mayıs 2022 itibarıyla 13 milyon kullanıcıya ulaştınız. Bu hızlı büyümeyi neye atfediyorsunuz?

Faaliyetine 2016 yılında başlayan Papara'nın kısa sürede böyle bir başarı elde etmesinin temel nedeni, kullanıcı deneyimine verdiği önem. Başta günlük temel finansal ihtiyaçlara getirdiğimiz çözümler için tercih edilmiş olsak da artık kullanıcılarımızın ihtiyaç duyduğu çok sayıda finansal hizmetin karşılandığı bir uygulama haline geldik. Finansal hizmetleri teknolojik ürün ve hizmetlerle, kolay

erişilebilir ve kısıtlamalardan uzak bir şekilde sunuyoruz. Papara'da herkes kolayca hesap sahibi olabiliyor, bunu da ücretsiz olarak gerçekleştiriyor. Geliştirdiğimiz her ürün, gözlem ve deneyime dayanıyor. Kullanıcılarımızın hayatlarını nasıl kolaylaştırır, onlara nasıl daha iyi bir deneyim sunarız sorularının üzerinde durarak ilerliyoruz. Uzun süredir yaptığımız ücretsiz Papara Card ve Cashback programı gibi birçok ürün ve hizmetimizin sektörde artık standart hale gelmiş olduğunu görmek ne kadar doğru ve cesur adımlar attığımızı gösteriyor.

“ Z kuşağının bizi sevmesinin bir nedeni de onlar gibi sınır tanımamamız. Özgürüz ve eğlenceyi seviyoruz... Örneğin, uygulamada “gece modu” asla aklımıza gelmeyecek bir ihtiyaçtı ama Z kuşağının ısrarlı isteğine kulak verip onu da hayata geçirdik. ”

### **Z kuşağı artık hakim kitle haline geliyor. Bu kuşak finansal hizmet sağlayan şirketlerden ne bekliyor?**

Yüksek hızlı internet çağında büyüyen bu nesil, her konuda benzersiz bir bakış açısına sahip ve iş gücünün giderek daha önemli bir parçası haline geliyor. Satın alma gücü ve harcanabilir gelir açısından da giderek güçleniyor. Z kuşağı için hızlı işlem, şeffaflık ve yaşadıkları deneyim önemli. Tercih ettikleri ürün veya hizmetlerde fonksiyonelliğin yanı sıra bu ürün ve hizmetleri kullanırken yaşadıkları tecrübeye önceki jenerasyonlara göre daha fazla önem veriyorlar. Örneğin bir hesap açabilmek için fiziksel bir noktayı ziyaret etmek, sıraya girmek, sayfalarca sözleşme imzalamak Z kuşağına hitap etmiyor. Telefonlarına indirecekleri bir uygulama üzerinden saniyeler içerisinde hesap oluşturmak, kart başvurusu yapmak, 7/24 anında para transferi yapabilmek onlar için çekici. Papara kullanıcılarının büyük bir kısmını oluşturan Z kuşağıyla birçok yönden benzerlikler gösteriyoruz. Bunlardan ilki, deneyim odaklı olmamız. Biz, Z kuşağıyla empati kurabilme yeteneğimiz sayesinde onlara sunduğumuz yenilikçi çözümlerle bu kitlenin ilgisini çekmeyi başardık. Bu yaş grubundaki kullanıcılarımıza yönelik tüm ürün ve hizmetleri, onların taleplerini karşılayacak şekilde geliştiriyor ve en iyi deneyimle sunuyoruz. Z kuşağının bizi sevmesinin diğer bir nedeni de onlar gibi sınır tanımamamız. Özgürüz ve eğlenceyi seviyoruz. Hatta bunun için GIF ve emoji kullanarak para transferi işlemi yapmayı bile geliştirdik. Papara Card'larda ilgilerini çekebilecekleri yenilikler geliştirdik ve kısa bir süre önce Papara Batman Card'ı çıkardık. Henüz yeni bir kart olmasına rağmen Z kuşağının oldukça ilgisini çekti. Hatta uygulamada “gece modu” asla aklımıza gelmeyecek bir ihtiyaçtı ama Z kuşağının ısrarlı isteğine kulak



verip bunu da hayata geçirdik. Özetle, ürün ve hizmetlerimizde Z kuşağının ihtiyaçlarına cevap veriyor, kendilerinden bir şeyler bulabilecek ve ihtiyaçlarına çözüm olabilecek ürün ve özellikler geliştiriyoruz. Onları dinliyor istedikleri özelliklere kulak veriyor, asla “olmaz” demiyoruz.

### **Yakın gelecekte finans sektöründe ne tür değişiklikler, yenilikler bekliyorsunuz?**

Finans sektörü dijitalleşme, FinTek'lerin ortaya çıkışı, teknolojik yenilikler, değişen kullanıcı beklentileri, yeni iş modelleri ve artan rekabetle birlikte önemli bir dönüşüm yaşıyor. Salgın sürecinde iyice hızlanan dijitalleşmenin yarattığı etki, finans kuruluşlarının operasyonlarını, iş akışlarını ve kültürlerini derinden etkiledi. Temassız, QR tabanlı ödemelerin hem kullanıcılar hem de düzenleyici kurumlar nezdinde kabulü her geçen gün artıyor. Paranın fiziksel kullanımının olmadığı bir geleceğe doğru gidiyoruz. Finansal ürün ve hizmet sağlayan geleneksel kurumlar, hem Z kuşağının taleplerini karşılayabilmek hem de dijitalleşme akımına uyabilmek için alışlagelmiş iş süreçlerini modernize etmeye çalışırken, pazara yeni giren FinTek'ler çok daha hızlı ve çevik hareket ederek kısa sürede büyük yol kat ediyor. Banka dışı finansal teknoloji şirketleri, ödeme işlemi ekseninde olan hizmetleri bambaşka bir deneyimle sunarak aslında ilk amaçlarını gerçekleştirmiş oldu. Bankalar da dahil olmak üzere herkese rüştünü ispat ettiklerini ve takdir kazandıklarını düşünüyorum. Şimdi servis bankacılığı modelleri ve daha fazla iş birliğiyle çok daha zengin servislerin sunulacağı, kullanıcının tüm ihtiyaçlarının tek bir noktada çözüleceği bir döneme giriyoruz. İkinci bölüm yeni başlıyor diyebiliriz.

### **Türkiye'deki FinTek'leri küresel rakiplerine kıyasla nerede görüyorsunuz?**

Genç nüfusumuz, coğrafi konumumuz, dinamik girişimcilik kaynağımız, güçlü ve yenilikçi finans sektörümüzle ülke olarak FinTek alanında büyük bir avantaja sahibiz. Ülkemizin son yıllarda yaptığı atılımı daha ileri taşıyarak FinTek girişimleri için ideal ortam sunan ülkelerden biri

haline geleceğine, yatırımcıların daha çok ilgisini çeken ve dünya markası konumuna gelen FinTek şirketlerinin olduğu bir ekosisteme kavuşacağına inanıyorum. T.C. Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi'nin 2021 yılında yayınladığı veriler de bu görüşü destekliyor. Aktif olarak faaliyet gösteren FinTek şirketlerinin sayısı 520. Yeni düzenlemelerle birlikte 100'e yakın yeni FinTek'in kurulacağı öngörülüyor. "Milli FinTek Stratejisi" üzerine yapılan çalışmaların tamamlanması ve İstanbul Finans ve Teknoloji Üssü'nün açılmasıyla Türkiye'nin bölgesel ve küresel bir FinTek merkezi haline gelmesi sürpriz olmayacaktır. Ancak halen küresel olarak yaşanan finansal problemlerin ne kadar sürede çözüleceği netleşmeden, beklediğimiz ilginin oluşmasının zor olacağı gerçeğini de unutmamak lazım.

### Açık bankacılık ve servis modeli bankacılıkla ilgili mevzuat yeniliklerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Söz konusu yeniliklerin uygulamaya geçmesiyle finansal hizmetlerin tabana yayılmasında büyük bir adım atılacak. Bankalar ve finansal teknoloji kuruluşlarının arasındaki rekabetin boyut değiştireceğini düşünüyorum. Her iki model de kullanıcı lehine olacak. Maliyet düşük tutulacak ve bu da kullanıcı tarafında büyük bir avantaj sağlayacak. Hayatımıza yeni girecek olan açık bankacılık ve servis modeli bankacılıkla birlikte hızlı bir değişim gerçekleşecek. Açık bankacılık sayesinde kullanıcılar, regülatörün koyduğu şartları yerine getiren üçüncü parti uygulamalar üzerinden banka hesaplarına, kredilerine, kartlarına erişebilecek; tek bir uygulama üzerinden tüm hesaplarına erişebilecek. Ayrıca servis modeli bankacılıkla birlikte sadece üçüncü parti uygulamalar üzerinden kullanıcılara ulaşan bankacılık servisleriyle tanışacağız. Kullanıcılar Papara gibi uygulamalar üzerinden bu bankaların kredi ürünlerine de erişebilecek. Bu sayede dağıtım kanalı yaygın olmayan ama servis bankacılığı için hazırlanmış bankaların FinTek iş birlikleriyle ürün ve hizmetlerini yaygın olarak sunarak rakiplerine hızla yaklaştığını göreceğiz. Tüm bu gelişmelerin pazardaki rekabeti artıracığını, fakat sadece bununla kalmayıp rekabetin şeklini de değiştirece-

ğini düşünüyorum. Kullanıcılar artık tüm finansla ürünlere tercih ettikleri bir uygulama üzerinden erişebileceği için rekabet "en iyi deneyimi sağlamak" üzerine kurulacak.

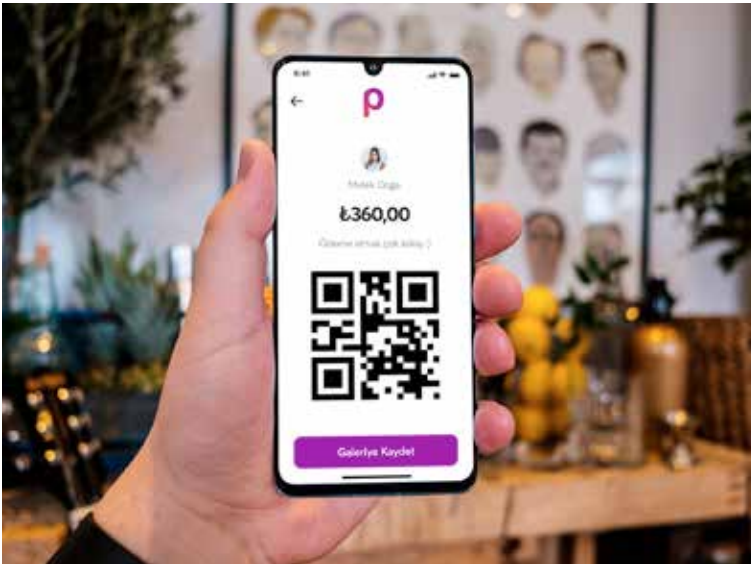
“Kullanıcılarımız çok yakında Papara uygulaması üzerinden sigorta ürünlerine düşük maliyetle erişebilecek. Sunacağımız ilk sigorta ürünü cep telefonu sigortası olacak. Ardından evcil hayvan sigorta ürünümüz gelecek. Diğer sigorta ürünlerini de kısa süre içerisinde kullanıcılarımızla buluşturacağız.”

## NASDAQ VE NEW YORK BORSALARINA YATIRIM İMKANI

### Papara'nın gelecek hamleleri neler olacak, B2B ve B2C alanında ne gibi gelişmeler yaşanacak?

Papara olarak bugün 13 milyon kullanıcıya ulaştık. Bu sayıya birçok pazarda aktif faaliyet gösteren küresel rakiplerimiz dahi ulaşamamış durumda. 2022 yılında sadece Türkiye pazarında 17 milyon, 3-4 yıl içindeyse 24 milyon kullanıcıya erişmeyi, dünyanın lider finans kuruluşları arasında yer almayı hedefliyoruz. Bu amaçla Orta Avrupa'dan başlayarak yurt dışına açılacağız ve elde ettiğimiz başarıyı daha da yukarıya taşıyacağız.

Papara'da sürekli bir yenilik ve güncelleme söz konusu. Daha önce müjdesini verdiğimiz sigorta ve yatırım ürünlerimiz bizleri heyecandıran yeniliklerimiz arasında. Kullanıcılarımız çok yakında Papara uygulaması üzerinden sigorta ürünlerine düşük maliyetle erişebilecek. Sunacağımız ilk sigorta ürünü cep telefonu sigortası olacak. Ardından evcil hayvan sigorta ürünümüz gelecek. Diğer sigorta ürünlerini de kısa süre içerisinde kullanıcılarımızla buluşturacağız. Diğer yandan yatırım ürünümüzün geliştirmesini tamamlıyoruz. Kullanıcılarımıza kendi bütçelerine göre kolayca yatırım yapabilme imkânı sunacağız. İlk olarak Nasdaq ve New York Stock Exchange borsalarına erişim olacak, ardından kullanıcılarımızı Borsa İstanbul ile buluşturacağız. B2C gelişmelerinin yanı sıra, bu yıl içinde var olan B2B ürünlerimizi daha da geliştirerek ticari kullanıcı ve iş ortaklarımızın ihtiyacı olan bütünsel finansal çözümlerini de sunmayı hedefliyoruz. Papara Checkout, Papara MassPayment, Gift Card, Papara Business Card gibi ürünlerimize ek fonksiyonlar ekleyeceğiz. Aynı zamanda ticari hesaplar için ödeme süreçlerini kolaylaştıran, fiziksel ve çevrim içi platformlarda kredi kartıyla ödeme alma hizmetlerimizi sunacağız. Tabii ki bunları yaparken Papara'nın bireysel kullanıcılar için yarattığı eşsiz deneyim ve kolaylık, rakiplerimize göre en önemli farkımız olacak. Özetle, geliştirdiğimiz her ürün ve hizmetle Papara'nın bir finansal SuperApp yolunda emin adımlarla ilerlediğini söyleyebilirim.



# TÜRKİYE'DE VE DÜNYADA AÇIK BANKACILIK



**M**üşteri hesap ve ödeme bilgisinin paylaşımını zorunlu hale getiren açık bankacılık dalgası regülatörlerin iradesi ve pazarın tercihiyle dünya genelinde yayılıyor. Yakından takip ettiğimiz Avrupa pazarında ilk etapta bankalara iki servis zorunluluğu tanımlandı: Hesap bilgileri sağlama (account information service provider – AISP) ve ödeme emri başlatma (payment initiation service provider – PISP). Bununla birlikte Avrupa'da bankacılık düzenleme kurulu, sonraki dönem için "açık finans"ı planlamaya başladı. Açık finans, hesap bilgileri ve ödeme emri dışında müşterilerin diğer ürün bilgilerinin paylaşımını anlamına geliyor: Emeklilik, sigorta, kredi ve yatırım gibi. Bu ürünler Avustralya, Güney Kore gibi ülkelerin ilk açık bankacılık yol haritalarında da yer alıyor. Hatta Güney Kore, bir adım öteye gidip telekom ve enerji dağıtım şirketlerini de bilgi paylaşım zorunluluğu kapsamında tuttu.

Avrupa'dan sonra Türkiye'de de açık bankacılık mevzuatının bu yıl yürürlüğe girmesi bekleniyor. Taslak mevzuattan yola çıkarak, Türkiye'de de ilk etapta hesap bilgileri sağlama ve ödeme emri başlatma hizmetlerinin zorunlu hale gelmesini ve açık finansın sonraki etaplarda devreye alınmasını beklediğimizi söyleyebiliriz. Hayatımıza girecek yeni uygulamalara örnek olarak, açık bankacılığın öncü pazarı İngiltere'de bireysel müşterilerin en çok kullandığı uygulamalar olan tüm hesapları tek bir sayfada özetleyen bütçe yönetim araçlarını ve hesap bilgilerinin kredi sağlayıcılarla direkt paylaşarak kredi skorlamasında kullanılmasını verebiliriz. Açık bankacılığın Türkiye'de yürürlüğe girmesiyle beraber, müşterinin finansal bilgilerinin kontrol hakkı tamamıyla müşteriye verilecek. Diğer bir deyişle, bankalar müşterinin rızası olduğu sürece müşteri bilgilerini API'ler (application programming interface) üzerinden açık bankacılık faaliyet izni olan herhangi bir banka veya kuruma paylaşabilecek. Mastercard Advisor ekibi olarak, son zamanlarda, açık bankacılığın Türkiye'de finansal hizmetler sektöründe yıkıcı bir etki yaratıp yaratmayacağı konusunda üzerinde yoğun bir şekilde çalışıyoruz. Çalışmalarımızda, açık bankacılık ile müşteri ihtiyaçları nasıl daha iyi karşılanabilir sorusuna cevaplar arıyoruz. Bunu yaparken de yurt dışındaki örneklerden yararlanıyoruz. En yakından takip ettiğimiz ve açık bankacılığın şu ana kadar en iyi uygulamalarını da gördüğümüz pazar ise İngiltere.

## Türkiye'de yeni nesil oyuncu sayısında artış bekleniyor

Açık bankacılığın, dijital müşteri kazanımı, FAST, servis modeli bankacılığı ve dijital bankacılık gibi yeniliklerle birlikte Türkiye'de yeni nesil oyuncuların sayısını artıracığını ve rekabeti kızıştıracağını söyleyebiliriz. Özellikle fintekler ve finansal hizmetlere girme potansiyeli olan kurumlar açık bankacılıktan faydalanarak, bankacılık müşteri havuzundan pay kapmaya çalışacak. Müşteriler, daha



**Muin Öztop**

**Mastercard Advisors Türkiye ve Bağımsız Devletler Topluluğu İş Geliştirme Lideri**

iyi deneyim sunan ve veriyi iyi kullanan kurumları birincil olarak kullanmaya devam ederken, yerleşik bankalar müşteri kaybı ve müşteri temasının azalması zorluklarıyla başa çıkmaya çalışacak. Açık bankacılığın bankacılık müşterilerine sağlayacağı faydalara gince... Müşteri ihtiyaçlarından hareketle, bankacılık sistemini uçtan uca kapsayan hizmetler gelişecek. Ürün ve servisler müşteriler için daha keskin bir şekilde özelleştirilebilecek. Finansal hizmetlerle ilgili farkındalık gelişecek. Finansal hizmetlere erişim kolaylaşacak. Kredi tahsis gibi kararlar iyileşecek. Müşterinin önemli ihtiyaç ve beklentilerini adresleyen açık bankacılığın, finansal hizmet sağlayıcılarına müşteri deneyimini iyileştirme, yeni gelir kanalları yaratma ve inovasyon alanlarında fırsatlar yaratacağını ve rekabeti artırarak sektörün ortalama hizmet seviyesini yukarı taşıyacağını söyleyebiliriz.

## Dünyada açık bankacılık

Dünya genelinde finansal hizmetlere ilişkin API'lerin sayısı 2010'da 300 civarındaydı. 10 yıl içerisinde bu sayı 4 bin 200'ün üzerine çıktı. 2020 itibarıyla dünyanın en değerli 50 bankasından 36'sı API platformlarını üçüncü taraf hizmet sağlayıcılarına açtı. Açık bankacılık üzerinden hizmet veren oyuncuların, mevcut bankacılık gelirlerinin yüzde 20'sini ele geçirebileceğini de yine araştırmalar bizlere gösteriyor. Türkiye'deyse henüz mevzuat yürürlüğe girmemekle birlikte; en büyük 10 bankadan 8'inin API portallarını üçüncü taraf hizmet sağlayıcılarına açtığını görüyoruz.

# FINARTZ, 3D Secure 2 ile kusursuz bir kullanıcı doğrulama sistemi sunuyor

İstisnai durumlar hariç finansal işlemlerde “güçlü kimlik doğrulama” sistemi zorunlu hale geldi. Finartz, doğrulama sürecini uzatıp internet alışverişlerinde satış iptallerini artırabilecek bu süreçte 3D Secure 2 çözümüyle öne çıkıyor...

**1** Aralık 2021’de finans sektörünün geleceği için oldukça önem taşıyan düzenleme yayınlandı. Yeni doğrulama yöntemlerini ve güvenlik gerekliliklerini de kapsayan bu düzenlemede, Avrupa’daki regülasyonlara uyumlu olarak kanun daha detaylı bir şekilde ele alındı.

Yeni düzenlemeyle belli istisnai durumlar hariç finansal işlemlerde “güçlü kimlik doğrulama” (strong customer authentication) zorunlu hale geldi. Dijitalleşme nedeniyle artan dolandırıcılık oranlarının da en aza indirilmesini hedefleyen güçlü kimlik doğrulama sistemi, elektronik ödemelerin güvenliğini artırmak için ödemelerin çok faktörlü kimlik doğrulamayla yapılmasını sağlıyor.

Çevrimiçi bir işlemin güçlü kimlik doğrulama (SCA) gereklilikleriyle uyumlu olması için aşağıdaki bilgilerden en az ikisinin kullanılarak kimliğin doğrulanması gerekiyor:

- **Müşterinin bildiği:** Şifre, pin, desen
- **Müşterinin sahip olduğu:** Telefon, akıllı saat
- **Müşterinin biyometrik verisi:** Parmak izi

## İnternet alışverişlerinde iptallerin artmaması için...

Güçlü kimlik doğrulama ile doğrulama yükümlülüklerinin artması ve iki faktörlü doğrulamanın gerekliliği, tüketicilerin sağlaması gereken bilgi veya verileri artırarak doğru-



Finartz CEO'su Cihan Demir

ma sürecini uzatıyor ve satın alma deneyimini olumsuz etkileyebiliyor. Bunun sonucunda ise ödemeler daha güvenli hale gelirken internet alışverişlerinde iptal oranlarının da artacağı öngörülüyor. İptal oranlarının artması ise satışların azalması anlamına geliyor. Buna karşılık 3D Secure 2 teknolojisi ise güçlü kimlik doğrulama gerekliliği ışığında en güçlü çözüm olarak karşımıza çıkıyor.

1 Aralık 2022 itibarıyla ödemelerde güçlü kimlik doğrulama yükümlülüklerine uyum sağlanması gerekiyor. Finartz bu noktada, sunduğu 3D Secure 2 çözümüyle müşterilerine güçlü kimlik doğrulama gerekliliklerini karşılayacak bir sistem sağlarken son kullanıcıya da akıcı bir ödeme deneyimi yaşıyor. Finartz’ın EMVCo tarafından sertifikalandırılan 3D Secure 2 çözümleri dolandırıcılık riskini azaltıyor ve tüketicilerin satın alma deneyimini akıcı bir hale getiriyor. Finartz CEO’su Cihan Demir, “3D Secure 2 geçişi bizim için oldukça önemli bir fırsat. Biz de bu geçişi değerlendirerek ödeme sistemlerindeki değişime ve dönüşüme katkı sağlıyor ve müşterilerimize temas ederek onlara çözüm ortaklıkları için kanal oluşturuyoruz. Sertifikalı 3D Secure 2 çözümlerimizle müşterilerimize kanunlarla uyumlu, güvenli ve sürdürümsüz bir ödeme akışı sunuyoruz” diyor. ☺



# Bankkart

## Seni düşünür o

Teknolojisi ve avantajlarıyla hayatınızı kolaylaştıran Bankkart dünyasına sizi de bekleriz.

Peşin Harca, Ertele

Bankkart Kumbara

Nefes Ayları

Ayın Sektörü

Taksitli Nakit Avans

Sonradan Taksitlendirme

Katlama Bankkart Lira

Aidat İade

Bankkart 360

Ziraat Bankası bankkart

4446 7600 0000 0000

EMRE TEKİN

Ayrıntılı bilgi Bankkart Mobil ve [bankkart.com.tr](http://bankkart.com.tr)'de.

Ziraat Bankası



Seni düşünür o  
**bankkart**

# Procenne, bulut HSM ile KOBİ'lerin de yanında

Türkiye'nin ilk yerli ve milli HSM çözümünü üreterek uluslararası sertifikasyonlarını tamamlayan Procenne, bir ilke daha imza atıyor. Yerleşik bulut HSM hizmetini devreye alan Procenne, kamu ve özel sektörde faaliyet gösteren pek çok kuruma maksimum güvenlik, kullanım kolaylığı ve maliyet avantajı sunuyor...



Procenne CEO'su  
Resul Yeşilyurt

**T**ürkiye'nin tescilli ilk ticari donanımsal güvenlik modülü ProCrypt HSM, uluslararası sertifikasyon süreçlerinin tamamlanmasının ardından, artık kamudan bankacılığa, e-ticaretten sigortacılığa kadar pek çok sektörün ihtiyaçlarını karşılayabiliyor. Procenne, ProCrypt HSM'in piyasaya sürülmesinin ardından Ar-Ge ve ürün geliştirme çalışmalarını tamamladığı bulut HSM ile de sektörde fark yaratmaya hazırlanıyor. Hemen her alanda bulut hizmetlerinin konuşulduğu günümüzde, bulut HSM hizmeti (Cloud HSM – HSMaaS) de oldukça önemli bir noktada yer alıyor.

### Rakiplerine kıyasla kurulum ve kullanım kolaylığı

Dünyada farklı firmalar tarafından bu hizmetin verildiğini hatırlatan Procenne CEO'su Resul Yeşilyurt, Türkiye içinse bir ilk olacak hizmetle ilgili şu bilgileri paylaşıyor:

“Yerleşik bulut HSM hizmetimiz, kurumlara sağladığımız avantajlarla rakiplerinden ayrışıyor. Rakiplerimiz sadece kiralama modeliyle bu hizmeti veriyor. Bu modelde geri kalan tüm işlemleri kullanıcının yapması gerekiyor. Alanında yetkin ve yetişmiş insan kaynağı bulmanın, gerek ülkemizde gerekse küresel düzeyde büyük bir problem olduğunu tüm dünyayla yaşayarak görüyoruz. Çalışmalarımızı yaparken bu zorluğun önüne geçebilecek şekilde bir strateji izledik. Yerleşik bulut HSM hizmetimizi alan kurumlara, rakiplerimizden farklı olarak her türlü kurulumu yapılmış, anahtar teslim proje halinde sunuyoruz. Bu sayede kullanıcılar HSM yönetmeyi bilme zorunluluğuyla karşılaşmıyor. Kullanıcılara verdiğimiz API sayesinde bulut HSM hizmetini yönetme konusunda da zorluk yaşamıyorlar.”

### “KOBİ'ler HSM hizmetine uygun maliyetlerle ve her yerden erişebilecek”

KOBİ'ler de tıpkı büyük kurumlar gibi HSM hizmetine ihtiyaç duyuyor. Ancak sadece Türkiye değil dünya çapında da KOBİ ölçeğindeki kullanıcılar, maliyetler nedeniyle HSM edinmede zorluk yaşıyor. Yeşilyurt, “İşte bu zorlukların önüne geçmek için bulut HSM hizmeti çok önemli. KOBİ'lerimizin de dijital güvenliklerini sağlamaya talibiz. KOBİ müşterilerimiz, uygun maliyetlerle edinecekleri yerleşik bulut HSM hizmetimize artık her yerden erişebilecek” diyor. ☺



# Yenil Nesil Ödeme Sistemi

## Android Pos İle Tanışın

esne<sub>x</sub>pos®

İşinize Özel  
Yazılım

Dokunmatik  
Ekran



Butikte

Cafede

Teslimatta

Takside

Markette

...

Telefonda Temassız Ödeme

Kartla Temassız Ödeme

Dijital Ödemeler

7/24 Destek

Firmaya Özel Yazılım

Dokunmatik Ekran

Finansal Raporlar



esne<sub>x</sub>pos®  
el<sub>e</sub>se





# Sigorta Gündem

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



Hepsi ve daha fazlası için  
[www.sigortagundem.com](http://www.sigortagundem.com)



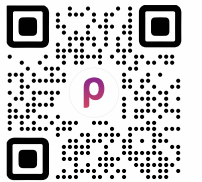
# Banka değil, papara



## Ayrıcalıklı ve yenilikçi bir deneyim için Papara!

- ↔ 7/24 ücretsiz para transfer et
- 📄 Faturalarını öde, bütçeni yönet
- 🛒 Tüm dünyada ve internette özgürce Papara Card kullan
- 📁 Cashback ile harcadıkça nakit kazan
- 📊 Aylık hesap özeti ile gelir/gider takibi yap
- 📱 QR kod ile güvenli ve hızlı ödeme yap/al

İndir, Paparalı ol.



# 40 ülkeden 300+ finansal kurum risk ve uyum süreçlerinde Sanction Scanner'a güveniyor

**R**egülasyon teknolojileri (RegTech) alanında kara para ve terörün finansmanı ile finansal suçları önlemeye yönelik çözümler sunan Sanction Scanner; Müşteri Sorgulama (Client Screening), Müşteri İşlem İzleme (Transaction Monitoring) ve Dinamik Müşteri Risk Değerlendirmesi çözümlerini yerli yabancı birçok kuruma sunmaya devam ediyor.

Haziran 2019'da kurulan Sanction Scanner, 2020 yılının ağustos ayında Londra ofisini açmıştı. Bünyesinde satış ekibi bulunan ve genel merkez olarak da kullanılan bu ofis, Avrupa pazarına açılmak için büyük fırsat yarattı. Bugün itibarıyla 40'tan fazla ülkeden 300'e yakın kurum, her ülkenin değişen düzenlemelerine uygun bir şekilde finansal risklerini minimize edebilmek için Sanction Scanner'ı kullanıyor.

## Farklı sektörler için regülasyon uyum desteği

Uçtan uca RegTech çözümleriyle şirketlerin uyum süreçlerini kolaylaştıran Sanction Scanner, bu yıldan itibaren Türkiye ve Avrupa'daki pazar payını daha da büyütmeyi hedefliyor. Sorun çözücü ve müşteri memnuniyeti odaklı çalışan şirket, finansal suçlarla mücadelede müşterilerin iş akışlarını engellemeyen, aksine kolaylaştıran bir teknolojiyle regülasyona uyum sağlamaya yardımcı oluyor.

Finansal suçların artışıyla birlikte mali düzenlemelere eski tarz yöntemlerle uyum sağlamak daha karmaşık ve işlevsiz bir hale geldi. Sanction Scanner; AML işlem izleme, isim tarama, müşteri risk değerlendirmesi, olumsuz medya tarama ve işlem tarama ürünleriyle bankalar, yatırım şirketleri, finans şirketleri, sigorta şirketleri, ödeme ve FinTek şirketleri, kripto şirketleri, para transfer şirketleri, leasing ve faktöring şirketleri gibi birçok farklı sektörden müşterilere hizmet veriyor. Kurumlar, Sanction Scanner çözümlerinde yapılan dırılmış verilerle sorgu sonuçlarının raporlarını hazırlayabiliyor.



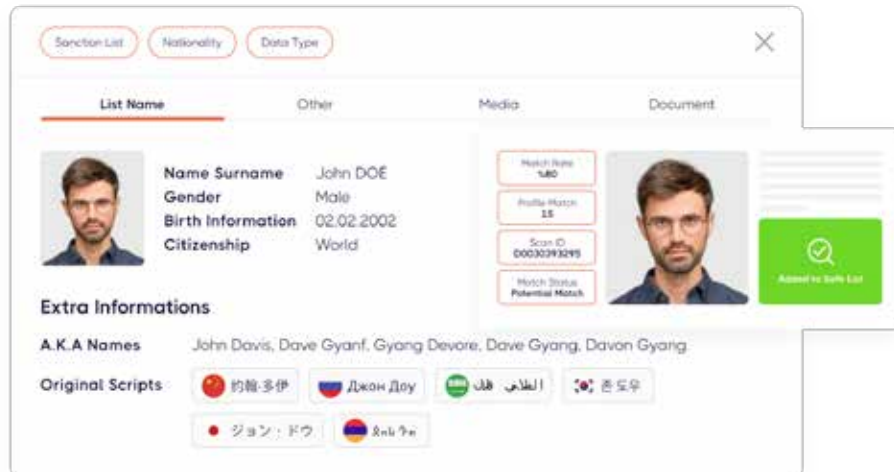
Ardından da bu raporlarda, arama yapılan kişiyle ilgili tüm güncel bilgileri görüntüleyebiliyorlar. Denetim süreçlerinde eski sorgularına ulaşarak, raporlarını inceleyip düzenleyicilere kanıt olarak sunabiliyorlar. Ayrıca işlemleri anlık olarak ve otomatik izleyebiliyor, böylece müşterilerinin risk değerlendirmelerini dinamik olarak yapabiliyorlar.

## Finansal suçlar yapay zekayla önleniyor

Müşteriyi tanıma ve müşterilerin şüpheli işlemlerini tespit etme gerekliliklerini geleneksel yöntemlerle yapmak oldukça zahmetli. Öte yandan finansal suç oranlarındaki artış ve cezalar, finansal suçlarla mücadelede kullanılan çözümleri önemli hale getiriyor. Sanction Scanner, bu suçların engellenmesi için Ar-Ge ekibiyle her gün geliştirdiği ödüllü yapay zekâ destekli çözümleri sayesinde hem başlangıç hem de operasyonel maliyetleri minimize ederek finansal suçlara karşı etkin mücadele ve regülasyonlara uyum sağlıyor.

## Türkiye'de üretilen yazılım 40'tan fazla ülkede kullanılıyor

Sanction Scanner ürünleri, bugün itibarıyla Uzak Asya'dan ABD'ye kadar uzanan coğrafyadaki 40'tan fazla ülkede, regülasyon ve denetimlere uygun bir şekilde çeşitli finansal kuruluşlar tarafından kullanılıyor. Bu yaygınlık, farklı bölge ve ülkelerde faaliyet gösteren ya da yurt dışına açılmak isteyen kurumların, operasyonlarını genişletirken karşılaşacakları yeni maliyetleri de ortadan kaldırıyor.



# Ozan SuperApp'i İndir, SuperCard'ını Al, Kazanmaya Başla.

Hemen Ozan SuperApp'i ol, SuperCard'ını hesabına tanımla,  
harcamalarından cashback kazan.



# Visa kanatları altında 5 UNICORN adayı

Visa ve Hackquarters ortaklığında hayata geçen Visa İnovasyon Programı'nın dördüncü dönemi başladı. 6 ay sürecek programın yeni dönemine katılan 5 FinTek, işin uzmanlarından girişimlerini hızlandıracak eğitimler alacak, Visa'nın iş ortaklarıyla tanışacak, 200 ülkeye yayılan küresel ağı sayesinde yurtdışına açılma fırsatı yakalayacak...

**T**ürkiye'nin ödemeler ekosisteminde inovasyonu desteklemek ve hızlandırmak amacıyla yürütülen Visa İnovasyon Programı'nın dördüncü dönemi başladı. Türkiye'den 102 girişim arasından seçilen Alternatif SuperApp, Enno Wallet, MonoPayments, Qumpara ve Yancep 6 ay sürecek yeni döneme dahil oldu. Programın yeni dönemin temalarını "yeni nesil ödeme çözümleri", "yeni ödeme akışlarını mümkün kılma", "KOBİ'lerin güçlendirilmesi" ve "sürdürülebilir ve akıllı bir gelecek" başlıkları oluşturuyor.

## Geçmiş dönem mezunları 6 milyon TL yatırım aldı

Program, geçen üç dönemde 15 mezun verdi. Bu FinTek'ler 230 saati aşan eğitimlere katıldı, 140'tan fazla mentörle bir araya geldi. Türkiye, Yunanistan ve Bulgaristan'daki programların tek bir çatı altında toplanmasıyla FinTek'ler yurtdışındaki iş ortaklıkları ve uzmanlarla da çalışma fırsatını elde etti. Program süresince Visa'nın yerel ve küresel iş ağındaki banka, e-para kuruluşu ve üye işyerleriyle 23 pilot çalışma yapıldı. Mezun FinTek'lerden bazıları toplamda 6 milyon dolar yatırım aldı ve pek çoğu yurt dışında iş ortaklığı kurma fırsatı buldu.

Dördüncü dönem açılış etkinliğinde konuşan Visa Türkiye Genel Müdürü Merve Tezel, programla ilgili şu bilgileri paylaştı: "Visa İnovasyon Programı'na başlar-



Visa Türkiye  
Genel Müdürü  
Merve Tezel

ken 3 hedef belirlemiştik: İhtiyaç doğrultusunda bankalar ve finans kuruluşlarıyla FinTek'leri buluşturmak, yeni oyuncuları destekleyerek kartlı ödemeler pazarının büyümesini sağlamak ve 200 ülkeye yayılan küresel ağı sayesinde FinTek'lerin geliştirdikleri çözümlerle uluslararası pazarlara açılmalarına destek olmak. Tamamladığımız 3 döneme bakımımızda bu hedeflerimizi tutturduğumuzu mutlulukla görüyorum. Şimdi de programımızın dördüncü dönem katılımcılarına başarılar diliyorum. Artık Türkiye'den de unicorn'lar çıkıyor. Girişim ekosistemimiz birkaç yıl öncesine göre daha nitelikli. Önümüzdeki dönemde FinTek'leri de bu resmin içinde görmeyi umut ediyoruz."

## DÖRDÜNCÜ DÖNEME DAHİL OLAN FİNTEK'LER

**1 Alternatif SuperApp:** B2B müşteriler için dijital cüzdan, sadakat ve CRM gibi ihtiyaç duyulan altyapıları sağlayan; B2C için de nakit ve kredi kartı alternatifi, bütün dijital cüzdanları bir yerde birleştiren bir pazaryeri uygulaması.

**2 Enno Wallet:** Velayeti tamamen kullanıcının kendisinde olan ve merkezizsiz finans uygulamalarını cüzdanın bir parçası olarak sunan mobil kripto para cüzdanı.

**3 MonoPayments:** Elektronik para, ödeme kuruluşları, dijital bankalar, diğer finansal kurumlar

ve e-ticaret platformları özelinde tek bir dijital platform üzerinden hepsi bir arada "no code" FinTek çözümleri geliştiriyor.

**4 Qumpara:** Kullanıcılarına markaların tekliflerini ileterek alışverişlerinden kazanç elde etmelerini sağlıyor. Alışverişçileri ödüllendirirken markalara da tüketici davranışlarını daha iyi analiz ederek bağlılığı artırma ve bu bağlılık çerçevesinde ilişki kurma fırsatı sunuyor.

**5 Yancep:** Kullanıcıların hedeflerine ve risk tercihlerine

Visa  
Innovation  
Program

VISA | HACKQUARTERS

göre modellenmiş portföylere yatırım yapmalarını sağlayan bir birikim ve yatırım uygulaması.

# Finansal avantajlar her anında yanında!

Anında nakit iade avantajıyla ParamKart ve  
online tahsilatta düşük komisyon oranıyla ParamPOS,  
**paradan fazlası!**



Param Mobil'i  
hemen indir,  
avantajları  
kaçırma!



[param.com.tr](http://param.com.tr)

Param, TURK Elektronik Para A.S. markasıdır. TURK Elektronik Para A.S., TCMB gözetimi ve denetiminde faaliyet gösteren bir elektronik para kuruluşudur.

#ParadanFazlası

# PARAM

# Sigortayeri InsurTech dönüşümü için ilk adımı attı



Sigortayeri Genel Müdürü  
Ali Gülcan

Dijital ortamda teklif özelleştirme ve akıllı karşılaştırma hizmeti sunan Sigortayeri, yakında yeni InsurTech projeleriyle müşterilerinin karşısına çıkacak. Sigortayeri Genel Müdürü Ali Gülcan, “Bizi InsurTech’e dönüştürecek bir gelişim modelinin ilk fazındayız” diyor...

**İ**ş ortağı olduğu sigorta şirketlerinin ürünlerini online ve karşılaştırmalı olarak tüketicilere sunan Sigortayeri, salgın sonrası değişen müşteri talepleri, dijitalleşme, belirsizlik ortamının artması, yeni nesil kuşakların beklentisi gibi birçok parametre ışığında sigortacılık sektöründe yeni bir dönemi başlatıyor. Sigortayeri Genel Müdür Ali Gülcan, bu yolculuğun odağında ise InsurTech’e dönüşme hedefinin olduğunu belirtiyor. Gülcan ile bu yolculuğun haritasını ve değişen sigorta dünyasının ayrıntılarını konuştuk...

**Önce kısaca Sigortayeri hakkında bilgi verebilir misiniz? Ne zaman kuruldu, kuruluş amacı ve hedefi neydi?**

Aktif Bank çatısı altında, 2013 yılında aynı bir iştirak kapsamında Türkiye’de dijital sigortacılığı yaymak hedefiyle faaliyet göstermeye başladık. Müşterilerimiz için en doğru ürünleri ve çözümleri en iyi fırsatlarla birleştiren, çalıştığımız tüm sigorta şirketlerinin ürünlerini online ve karşılaştırmalı olarak sunan bir e-ticaret platformu olmak üzere yola çıktık.



E-ticaret, fiziksel noktalar, telemarketing ve mobil platformlarımızla en geniş dağıtım ağına sahip broker olarak sigortaya yerinde ve anında erişimi sağlıyoruz. Sigortacılığın tabana yayılmasını hedeflerken, ilk kez sigortalı olacak kişilerin sayısını artırarak pazarın büyümesine de katkı sağlamayı amaçlıyoruz. Aynı zamanda, kurumsal hizmetlerimizle şirketlere risk danışmanlığı ve çözümleri sunarak yurt içi ve yurt dışı plasman projelerimizle ticari tarafta da büyümeyi hedefliyoruz.

## KÂRLILIK VE SATIŞ GELİRİNDE HEDEFLER AŞILDI

### Sigortayeri'nin ulaştığı seviye hakkında bilgi verebilir misiniz?

Salgının etkilerine rağmen geçen yıl da büyümeye devam ettik. 2022'nin ilk 4 ayına baktığımızda, hayat dahil perakende ve kurumsal işler toplamında 180 milyon TL civarında prim büyüklüğüne ulaştık. "Türkiye'nin en büyük yerli brokeri" konumunu güçlendirmeye bu yıl da devam ediyoruz. Perakende tarafta dijital müşteri sayımızı artırırken, kurumsal alanda 25 farklı ülkede poliçe üretmeyi başardık. Kuruluşundan itibaren sektördeki değişimi yakından takip eden, teknolojik altyapısı ve platformuyla bu değişime yer yer öncülük eden, oyuna çok güçlü girmiş bir Sigortayeri'nden bahsedebiliriz. 2015 yılında kullanıcı deneyimi – UX kavramı henüz firmaların gündemine yeni giriyorken lansmanını yaptığımız satış platformumuzla sigortayı ürün, teklif, satın alma anlamında dijitalle taşıdık. Tamamen kullanıcı odaklı, bize Altın Örümcük ödülü de kazandıran, zamanın ötesinde bir web sitesiyle çıkışımızı yaptık.

Yine kuruluşumuzdan itibaren hedeflerimizin üzerinde kârlılık ve satış geliriyle ilerledik. Sadece belli bir bölgeyle sınırlı olmadan, Türkiye'nin dört bir yanına hem sigortayı hem de satış altyapısını ulaştıran bir broker şirketi olarak satış başarılarımız bizi bugünlere daha güçlü taşıdı.

2021 de tıpkı 2020 gibi salgının gölgesinde geçmesine rağmen hem satış gelirleri hem de müşteri sayısında büyümeye devam ettik. Bizim için bu dönemin en önemli çıktısı ise operasyonel ve hizmet süreçlerimizdeki değişim rüzgarını da arkamıza alarak InsurTech'e dönüşme yolculuğunun ilk fazını başlatmamız oldu. 2022 bizim için değişim-dönüşüm yılı. Karşılaştırma ve satış platformumuzu dönüştürmenin yanı sıra hem Aktif Bank finansal teknolojiler ekosistemi gibi neredeyse her sektörü kapsayan, içerisinde Aktif Ventures gibi bir FinTek kurucusunu da barındıran kanallara penetre olduğumuz hem de iş ortaklarımızla ürettiğimiz projelerin yakında gerçekleşecek lansmanları, bu yıl ve sonraki yıllarda yapmak istediklerimizin ilk adımları olacak.

## SALGIN, SİGORTACILIKTA TERZİ İŞİ ÇALIŞMAYI GETİRDİ

### Salgın sektörü ve Sigortayeri'ni nasıl etkiledi? Değişen tüketici alışkanlıkları oldu mu?

Ashında sigorta sektörü dijital dönüşümü yıllar önce konuşmaya başlamıştı ama istenilen ivmeyi tam olarak yakalayamıyordu. Karmaşık ürün yapıları, esnek olmayan teminatlar, her kanalda müşteriye aynı deneyimi yaşata-

mamak gibi sorunları henüz sektör olarak tam anlamıyla çözemedik. Müşteriye dokunacak her çıktı, arkasında teknolojik altyapı yatırımları, baştan kurgulanması gereken iş süreçleri, çevik ekip yapılanması gibi birçok projeyi de gerekli kıldığı için beklenen düzeyde bir değişim görememiştük. Ama salgının etkileriyle bu dönüşüm süreci hızlandı. Şirketlerin karar alma becerileri artarken sektörde çok kısa bir sürede operasyonel süreçlerin dijitalleştiği, esnek teminatlı, "terzi işi" mantıkla hazırlanan ürün alternatiflerini daha sık görmeye başladık.

55 yaş üstü geleneksel tüketiciler de artık çevrimiçi ve çok geniş haliyle "online hedef kitle" dediğimiz segmentin içinde yer alıyor. Trafik ve DASK gibi hem zorunlu hem dijital dünyada satın alınma eğiliminin yüksek olduğu ürünlere ek tamamlayıcı sağlık, konut gibi yüksek farkındalık gerektiren ürünler de gençlerin ve de diğer tüketici gruplarının odağına girmeye başladı.

Biz de bu süreci bir fırsat gördük ve Sigortayeri olarak halihazırda 2021-2022 planlamamızda var olan, içine marka ve platform yenilemesini de dahil ettüğümüz dijital sigortacılık yaklaşımımızı netleştirdik. Bu dönemi, boyut değiştiren tüketici içgörülerini daha iyi yakalamak ve buradaki ihtiyaca karşılık gelecek bir kullanıcı deneyimi sunmak üzere en iyi şekilde değerlendirdik.

“2022 bizim için değişim-dönüşüm yılı. Karşılaştırma ve satış platformumuzu dönüştürmenin yanı sıra hem Aktif Bank ekosistemi gibi neredeyse her sektörü kapsayan, içerisinde Aktif Ventures gibi bir FinTek kurucusunu da barındıran kanallara penetre olduğumuz hem de iş ortaklarımızla ürettiğimiz projelerin yakında gerçekleşecek lansmanları, bu yıl ve sonraki yıllarda yapmak istediklerimizin ilk adımları olacak.”

### Kurumsal kimlik konusunda bir değişim sürecindeyiz? Neden böyle bir süreç başlattınız, yeni dönem stratejilerinizi nasıl şekillendirdiniz?

Bizi değişime iten en önemli unsurlardan biri, sigorta müşterileriyle yaptığımız araştırmalarda aldığımız geri dönüşler oldu. Sigorta şirketi, acente, broker fark etmeksizin şikayetlerin benzer noktalarda kümelenildiğini gördük. Sigorta söz konusu olduğu zaman müşteri; böyle teknik bir ürünü daha sadeleştirilmiş, kapsamın ve kapsam dışı kalan teminatların net ifade edildiği, dağıtım kanallarının daha çevik bir yapıda ilerlediği, her temas noktasında tutarlı bir iletişim görmek istiyor.

Bu noktadan hareketle kendimizi; sigortayı tüm iletişim kanallarında aynı yalınlıkta sunmayı kendine amaç edinmiş, belirsizliklerin olduğu bir dünyada finansal ihtiyaçları konusunda müşterisinin yanında duran, güvenilir bir danışman olarak konumlandırdık. Kolay, anlaşılır ve pratik olma iddiamızı teklif ve satın alma süreçlerimize yansıttık. Vizyonumuz "yeniyi yaratan, sınırları olmayan bir sigorta



“ Vizyonumuz; yeniyi yaratan, sınırları olmayan bir sigorta brokeri olmak. Müşterilerimiz, çalışanlarımız ve içinde bulunduğumuz çevre için değer yaratan, değişime öncülük eden bir sigorta aracısı olmayı misyon edindik. Ezber bozan, geleceği planlayan bir şirket olarak bu hedefe ulaşmak için her gün daha çok çalışıyoruz. ”

brokeri” olmak. Misyonumuz da müşterilerimiz, çalışanlarımız ve içinde bulunduğumuz çevre için değer yaratan, değişime öncülük eden bir sigorta aracısı olmak. Yeni marka önermemizi de bu misyon üzerine inşa ederek; ezber bozan, geleceği planlayan, bu hedefe ulaşmak için her gün daha çok çalışan bir kurum olma hedefimizi söylemimize taşıdık. Arkasında hız, kapsam ve güveni barındıran yeni logomuzla birlikte her gün “Burası Sigortayeri, sigortacılıkta değişimin başladığı yer” diyoruz.

Karşılaştırma platformumuzu da buna göre yeniden şekillendirerek sigorta sürecinin karmaşık görünen yapısını sadeleştirdik ve ürün seçiminden satış sonrasına giden tüm yolu müşterilerimiz için baştan tasarladık. Web sitemiz

## sigortayeri

Sigortayeri.com’da kişiye göre özelleştirilebilen ve pratik şekilde karşılaştırma yapılabilen teklif yapısı, sade ve rehberlik eden bir anlatım diliyle tüm akışımızı müşterimizin o an karşısındaymışız gibi hissettirmek üzerine kurguladık.

### ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİYLE IDEATHON YAPIP YENİ FİKİRLERİ BULACAK

**Finans için FinTek’te olduğu gibi InsurTech de sigorta için olmazsa olmazlar arasına girmeye başladı. Bu süreç sektöre nasıl yön veriyor? Sizin bu alandaki çalışmalarınız, hedefleriniz neler?**

Hızlı şekilde değişen tüketici eğilimleri ve akıllı cihaz kullanımının yaygınlaşmasıyla InsurTech sistemi hayatımıza hızlı bir giriş yaptı. Sektör için oldukça önemli bir gelişme, çünkü üretilen çıktılar doğrudan verimliliği etkiliyor. Ürün fiyatlamasında doğru risk ölçümlerinin yapılması, kullanım ve yaşam alışkanlıklarımızın prime etkisi, akıllı hasar yönetimi gibi birçok konuda nesnelerin interneti sayesinde yeni hesaplama modelleri geliştirilmeye başladı.

Sigortayeri olarak bu yeniliğe erken adapte olarak, teknolojik yatırımlarımızı bu yönde önceliklendirdiğimiz ve bizi InsurTech’e dönüştürecek bir gelişim modelinin henüz ilk fazındayız. Teklif özelleştirme ve akıllı karşılaştırma becerisiyle yayına aldığımız platformumuzu çok yakında hayata geçireceğimiz farklı InsurTech projeleriyle zenginleştiriyoruz. Bankamız çatısı altında bulunan bir diğer iştirak Aktif Ventures da bizi bu konuda oldukça besliyor. Buradaki birçok girişime hızlıca penetre olup karşılıklı fikir ve teknoloji alışverişinde bulunabiliyoruz.

Bu arada, haziran ayında üniversite öğrencilerimiz ve gençlerimizin katılımlarıyla Sigortayeri Ideathon projemizi hayata geçiriyoruz. Tasarım odaklı düşünme metodolojisiyle müşterilerimizin hayatını kolaylaştıracak bir fikir yaratma projesi yarışmasına hazırlanıyoruz. Seçilen fikirlerin prototipleri oluşturulduktan sonra ilan edeceğiz. İlkinin çevrimiçi yapacağımız Sigortayeri Ideathon’u sonraki dönemler için gelenekselleştirmek ve yaygınlaştırmak istiyoruz.

### InsurTech sigortalıları nasıl etkileyecek?

InsurTech sistemleri geleneksel sigortacılıktan farklı olarak daha müşteri odaklı çözümler sağlıyor ve yüksek maliyetlerin düşürülmesi konusunda teknolojiyi kullanılabilir hale getiriyor. Bu da tüketici nezdinde sigortayı daha ulaşılabilir kılacak.

Sigorta alırken kullanıcı davranışlarının daha ön planda olduğu, yaşam biçimlerinin fiyat hesaplamasına doğrudan etki ettiği, akıllı cihazlarla sigortalanan ürünün kullanım şeklinin hassas şekilde ölçülebildiği bir döneme gireceğiz. Bu doğrultuda tüketiciler de konuda daha bilinçli ve sigorta almında daha istekli hale gelecek. ☺

# *inovasyon* KAZANDIRIYOR

**Sigorta Sektörünün  
En İnovatif Projeleri Belli Oldu**



## **Ödül Töreni**

23 Haziran 2022 | 15.30-17.00  
İş Sanat Kültür Merkezi Levent, İstanbul

# “İçimizdeki el frenlerini çekmeyelim...”

**K**ariyer basamaklarını hızla tırmanan SabancıDx Satış ve Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Özlem Kalkan ile sektör, kadın istihdamı ve hedefler üzerine keyifli bir sohbet yaptık. Kalkan, kendi deneyimlerinden yola çıkarak başarının sırrını şöyle özetliyor: “Hayatım boyunca hayallerim için risk almaktan çekinmedim. Hayalini kurduğum yollara yönelmek için her zaman cesurdum. Benzer motivasyonla kariyer yolculuğumda da cinsiyet olgusundan bağımsız olarak adım atmaya sürdürdüm. Fikirlerime ve hayallerime ket vurmada, henüz karşılaşmadığım engeller için ‘acaba’ demeden ilerledim. Tüm kadınları da kariyer yolculuklarında benzer tutkuyla yol almaya davet ediyorum. Hep söylüyorum, söylemeye devam edeceğim: ‘İçimizdeki el frenlerini çekmeyelim; virajlar sert ama gökkuşakları o virajları hemen dönünce...”



Özlem Kalkan  
SabancıDx Satış  
ve Pazarlama  
Genel Müdür  
Yardımcısı



Zirve  
Sohbetleri

Tülin Çakmak

tcakmak@psmmag.com

## Önce kısaca sizi tanıyabilir miyiz?

### SabancıDx ile kesişen kariyer öykünüzü anlatır mısınız?

Ankara’da, 1981 yılında dünyaya geldim. Kastamonu’da ilköğretimi tamamladıktan sonra ailemin yanından ayrılarak eğitime İzmir Amerikan Lisesi’nde devam ettim. Kariyerimin temellerini belirleyecek yol ayrımını ise Sabancı Üniversitesi’nde endüstri mühendisliği okuma düşüncesiyle girip mikroelektronik mühendisliği bölümünü bitirerek yaşadım. Yüksek lisans eğitimimi de aynı üniversitede telekomünikasyon mühendisliği ve yönetim bilimleri çift dal yüksek lisans programıyla tamamladım.

Çift dal yüksek lisansın zorunlu parçası olarak Borusan Telekom ile giriş yaptığım telekomünikasyon sektöründe Teletek, Global İletişim, Grid Telekom, Avea ve son olarak Türk Telekom’da pazarlama, iş geliştirme, stratejik iş ortaklığı yönetimi ve ürün yönetimi gibi çeşitli pozisyonlarda rol alarak



15 yıldan fazla iş deneyimi kazandım. Nisan 2019'da ise SabancıDx ailesine Strateji ve Satış Genel Müdür Yardımcısı (CSSO) olarak katıldım. Şu anda Satış ve Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı (CSMO) görevimin yanı sıra Teknosa Yönetim Kurulu Üyeliğini sürdürüyorum. SabancıDx'teki ekip arkadaşlarımla kat ettiğimiz değerli mesafe sayesinde son 3 yılda birçok başarıya imza attık. Geçen yıl bireysel anlamda LiSA (Leadership in Sales Awards) ödülleri kapsamında "Teknoloji" kategorisinde "Yıldırım Lideri" ve Microsoft'un Türkiye'nin Kadın Liderleri ödülleri arasında ise "Yeni Teknolojilerle Fark Yaratan Kadın Lider" ödülleri şahsen çok kıymetli kazanımlar oldu. En değerlisi ise 2021 yılında en çok çalışılmak istenilen şirket seçilmemizdi. Çünkü bir lideri kariyerinde ileri götüren en önemli katalizör ekibidir!

### **Uzun yıllar telekomünikasyon sektörü deneyiminden sonra SabancıDx'tesiniz. İnovasyonun hızlı olduğu bir sektörde çalışmak sizi nasıl besliyor?**

Kariyerimde birçok ilki ve büyük heyecanları yaşama fırsatı buldum. Telekomünikasyon odaklı bir kariyer yolculuğundan gelip SabancıDx gibi B2B teknoloji sektöründe satış ve ürün yönetimi alanında lider bir pozisyonda bulunmak, bu heyecan verici gelişmelerden biri diyebilirim.

Dünyanın değişimine tanıklık ederken, inovasyon odaklı kararlarla dönüşüm stratejileri geliştirmek, bu esnada sürekli olarak dönüşmem gereken bir konumdayım. Duraksamadan, çok yönlü gelişim fırsatına sahip oluyorum. Teknoloji sektöründe cinsiyet eşitliği üzerine adımlar atmak ve eskiye kıyasla kadınların daha fazla yer almaya başladığını görmek, buna aracılık etmek en değerli motivasyon unsurlarımdan. Sektördeki kadın rol modellerden biri olmak en önemli hedefim.

### **Kariyeriniz boyunca farklı iş kollarında görev alarak kariyer basamaklarını tırmandınız. Bir yönetici olarak sektöre baktığınızda, kadınların sektöre ne tür farkındalıklar kattığını düşünüyorsunuz?**

İş dünyasında kadın istihdamının artmasının yanında kadınların karar verici pozisyonlarda yer alması da kıymetli. Sahip oldukları özellikler ve yetkinliklerle kadınların, tüm sektörlerde hem güç hem de renk veren bileşenler olduğunu yakından görme fırsatım oldu.

Kadınların çok yönlü düşünme, çoklu görev becerisi, azimli ve duyarlı olma, duygusal zekaya sahip olma gibi öne çıkan özellikleri, teknoloji sektörünün geleceği için çok değerli yetkinlikler. Kadınların teknoloji eğitimlerine erişimine destek sunarak sektöre kazandırılmaları gerektiğine inanıyorum. Sektörün birçok farklı dalına katkı sağlayabilecek risk yönetimi, sağduyu, empati ve sosyalleşme gibi kabiliyetler açısından da etkili rolleri olacağını düşünüyorum.

### **Başarılı ve ödüllü bir kadın lidersiniz. Size bu başarıyı kazandıran etkenler neler oldu?**

Hayatım boyunca hayallerim için risk almaktan çekinmedim. Hayalini kurduğum yollara yönelmek için her zaman cesurdum. Benzer motivasyonla kariyer yolcu-



luğumda da cinsiyet olgusundan bağımsız olarak adım atmaya sürdürdüm. Fikirlerime ve hayallerime ket vurmadan, henüz karşılaşmadığım engeller için "acaba" demeden ilerledim. Tüm kadınları da kariyer yolculuklarında benzer tutkuyla yol almaya davet ediyorum. Hep söylüyorum, söylemeye devam edeceğim: "İçimizdeki el frenlerini" çekmeyelim; virajlar sert ama gökkuşakları o virajları hemen dönünce."

### **SabancıDX'te kadın-erkek çalışan dağılımı nasıl? Kadın çalışanların veya yöneticilerin artmasına yönelik bir uygulama var mı? Kadınlara özel projeleriniz neler?**

Eşitlik, kapsayıcılık ve çeşitlilik anlayışlarına büyük önem atfeden SabancıDx'te kadın çalışan oranı yüzde 35'in üzerinde. Bu oran, sektörün ortalamasını yakalamışken Yürütme Kurulu yapısında da kadın-erkek eşitliği sağlanarak sektör ortalamasının üzerine çıkmış durumda. SabancıDx'te çalışanların sahip olduğu farklı yeteneklerin, fikirlerin, düşüncelerin kapsayıcılık ve çeşitlilik çerçevesinde bir avantaja dönüştüğü bir çalışma ortamı var. Wtech ile başlattığımız "Geleceğin Yüzleri" projesi, sektör genelinde kadın çalışanların ve yöneticilerin artmasına yönelik projemiz olarak örnek olabilir. Proje kapsamında 100 kadına siber güvenlik ve analitik alanındaki eğitimler sağlayarak, katılımcıların yetkinliklerini artırmalarına ve istihdam süreçlerine yardımcı oluyoruz.

### **Kariyerinin başındaki kadın yönetici adaylarına ilk tavsiyeniz ne olur?**

Zaten bugün gençler bizlerden çok daha bilinçli ve kendini daha iyi tanıyor, tanımlıyor. Tavsiyeden önce ricam var: Sakın önyargılı olmayın. Adım atın, işe girin, okumakla kalmayın, istihdama karışın...

Adaylara yolculuklarının hangi aşamasında olurlarsa olsunlar, kariyerleri boyunca fikirlerini cesurca söylemelerini; buldukları her alanda kendilerini görünür kılarak vizyonları doğrultusunda hareket etmelerini tavsiye ediyorum.

### **Teknoloji kadın çalışanlar açısından cazip sektörlerden biri olmakla birlikte, yönetim katında söz sahibi kadın sayısı yeterli düzeyde değil. Bunun nedenleri sizce neler?**

Dünya genelinde kadınlara atfedilen toplumsal rollerin birçok alanda negatif etki oluşturduğunu görüyoruz. Kariyer yolculuklarında karşılaşılan cam duvarlardan sosyal yaşamdaki etkinliklere ve görünürlüğe kadar geniş bir alandan bahsediyoruz. Umut verici gelişmelerin yaşandığı, cinsiyet eşitliğinin sağlanmasında tüm dünyada ortak bir sesin oluşmaya başladığı bir dönemden geçtiğimizi; kadınların yönetici pozisyonlarında daha fazla yer almaya başladığını görüyoruz. Bugün hala yeterli oranları yakalayamamış olsak da gelecek nesiller için cinsiyet eşitliğinin sağlandığı bir dünya yaratmak üzere çalışmaya devam edeceğiz. Burada en önemli görev yine biz



kadın liderlere düşüyor: Kız kardeşliği güçlendirmeliyiz. Devir teslimlerde, önermelerde, referanslarda kadınlar birbirilerini desteklemeli. Bu vesileyle erkeklerin de düşüncelerini değiştirerek, eşitliği daha hızlı sağlayabiliriz.

### **Eğitimden başlayarak kadınların iş hayatına katılımını artırmak, mühendislik alanlarında daha çok kadın çalışan görmek için neler önerirsiniz?**

KONDA verilerine göre Türkiye’de eğitim almayan kadınların oranı yüzde 12. Bu oran yaklaşık 4 milyon kadın gibi inanılmaz büyük bir kitleyi işaret ediyor. Güçlü ekonomik kalkınmanın sağlanabilmesi ve tüm sektörlerin kadın istihdamıyla zenginleştirilmesi için kadınların güçlendirilmesi ve eğitime katılımlarının desteklenmesi gerekiyor.

Mühendislik tıpkı teknoloji sektöründe olduğu gibi “erkek egemen” görülsede bir kadının hayali ve yetkinlikleri bu yola dönükse yoluna devam etmesi gerekiyor. Onları bu egemenliğe karşın eşitleyecek olan yetenekleri ve yetkinlikleri olacak.

Toplumsal açıdan ise kurumların cinsiyet eşitliği noktasında gerekli adımları yalnızca şirket çatısı altında değil, kurumsal sosyal sorumluluk noktasında da atması gerekiyor. Kadınlara fırsatlar yaratacak “Geleceğin Yüzleri” gibi nitelikli eğitimi odağa alan projelerin çoğaltılmasıyla çözüm için değerli bir yol alınacağını düşünüyorum. Ne güzel ki bizinkine benzer birçok projeyi hem kurumların hem vakıfların hem de STK’ların desteklediğini görüyorum.

### **SabancıDx’in 2022 hedeflerini ve sizin beklentilerinizi öğrenebilir miyiz?**

İleri veri analitiği, siber güvenlik, teknoloji hizmetleri ve çözümlerimiz yanı sıra geliştirdiğimiz yeni nesil dijital

dönüşüm ürünlerimizle müşterilerimize yol arkadaşlığı yaparak, onları dijitalleşen dünyaya uçtan uca hazırlamayı sürdüreceğiz. Sabancı Holding çatısı altında bu yıl kurulan Dx Technology Services and Investment BV (DxBV) çatısı altında kardeş şirketlerimiz SEM A.Ş. ve Radiflow ile güç birliği sağlayarak, yetkinliklerimizi hem geniş bir yelpazeye hem de geniş bir coğrafyaya yaymayı hedefliyoruz.

Dijital B2B satın alma platformumuz Pratis’in teknolojik altyapısını yenilemeyi, satın alma süreçlerine değer katacak yeni fonksiyonlarla kullanıcılarımıza daha yenilikçi, analitik ve yalın bir çözüm sunmayı hedefliyoruz. Günümüzün değişen iş modelleri ve yeni iş yapış şekillerine uygun çözümlerimizle HrWe ürün portföyümüzü genişletmeye devam ediyoruz. Ailemize çalışan ihtiyaçlarına uygun, esnek ve verimli bir rezervasyon uygulaması Boospace’i dahil ederek, firmaların hibrit çalışma modellerini destekleyeceğiz. 2022 içinde üzerinde çalıştığımız birkaç ürün ve projeye metaverse ve sürdürülebilir ürünler dünyasına da adım atıyoruz.

### **Yoğun iş temposu arasında, iş ve özel hayat dengesini nasıl sağlıyorsunuz, bize hobilerinizden bahsedebilir misiniz?**

Yoğun iş temposunu yakalamak için yoğun spor şart! Hastalık ve acil bir durum yoksa her sabah 1 saat spor yaparım. Fitness, kardiyo, pilates, reformer, cross training... Seç beğen al, o gün ne istersem. Aslında spor benim için hobi değil. Asıl hobim 10 yaşındaki oğlumla büyüme. Onun sayesinde çocuk yogası eğitmeni oldum, basketbol öğrendim, yeni oyunlar keşfettim. Yıllarca dans edip, sonrasında bu alanda da uzmanlaşıp hoca olduktan sonra şimdi tekrar hobi olarak dans etmeye devam ediyorum. Ama hangimiz dans etmiyor ki bu hayatta? Sadece ritimlerimiz ve duyduğumuz müzik farklı! ☺

# ÖDEME SİSTEMLERİ SEKTÖRÜNÜN RAKİPSİZ DERGİSİ

Sektörün tüm temsilcilerini  
kapsayan zengin içerik

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

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

Abonelik için: [psm@psmmag.com](mailto:psm@psmmag.com)

# PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE



Abone olmak için aşağıdaki bilgileri [psm@psmmag.com](mailto:psm@psmmag.com) adresine iletiniz.

Ad Soyad: .....

Adres ve Fatura Bilgileri: .....

Posta Kodu: .....

Şehir: .....

Tel: .....

Ödeme Bilgileri

Yıllık abonelik bedeli 420 TL'yi (20 TL dergi 15 TL kargo ücreti)

1 Dergi aboneliği.....: 420 TL

2 Dergi aboneliği .....: 840 TL

3 Dergi aboneliği .....: 1000 TL

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

Hesap

IBAN

772 - 6298270 TL

TR54 0006 2000 7720 0006 2982 70

Banka / Şube GAR/ CUMHURİYET CD/TAKSİM

Abonelik bilgilerinizi, ödeme dekontunuzla birlikte [psm@psmmag.com](mailto:psm@psmmag.com) adresine iletiniz.

# ŞUBEKOLİKLERİN oranı yüzde 2'ye kadar düştü!

“Müşteri Gözünden Türkiye’de Uzaktan Bankacılık” araştırmasına göre, artık her iki bankacılık işleminden biri online kanallar üzerinden yapılıyor. Mobil bankacılık, tüm işlemlerde en çok tercih edilen yöntem. Uzaktan bankacılık uygulamaları, salgından sonra da tercih edilecek...

**M**erkezi Londra’da bulunan ve dijital kimlik doğrulama alanında lider şirketlerden OCR Labs, “Müşteri Gözünden Türkiye’de Uzaktan Bankacılık” araştırmasının bulgularını açıkladı. OCR Labs, bu araştırmayla Türkiye’deki bankacılığın genel görünümüne ayna tutarken, kullanıcı davranış ve alışkanlıklarını; uzaktan bankacılığı destekleyen yeni düzenlemeye ve güvenlik endişelerine yönelik farkındalık seviyesini ortaya çıkarıyor.

Türkiye’deki kullanıcıların bankaların yeni dijital hizmetlerine yönelik düşüncelerinin salgın ortamında nasıl şekillendiğini araştıran çalışma, OCR Labs ile CurioCity Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri tarafından 5-27 Kasım 2021 tarihleri arasında 12 nüfus bölgesinden 1209 katılımcıyla hazırlandı.

## Online işleme alıştık, sadece şubeye gidenlerin oranı yüzde 2

Araştırmada ortaya çıkan sonuçlara göre, Türkiye’de müşterilerin neredeyse yarısı tüm işlemlerini online olarak ya-

pıyor. Her türlü işlem için şubeye giden müşterilerin oranı ise yalnızca yüzde 2 seviyesinde kalıyor. Yüzde 2’lik bu kesim, şubeye gitmeyi personeli tanımak ve bilgi almak için tercih ediyor. 34-44 yaş grubunda yalnızca online kanalları tercih eden kullanıcılar yüzde 48’lik kesimi oluşturuyor. 45-55 yaş grubunda bu oran yüzde 52’ye çıkıyor. Müşterilerin uzaktan bankacılık yöntemiyle en çok yaptığı işlemler ise kredi kartı başvurusu, kredi başvurusu, tasarruf hesabı açmak, sigorta başvurusu ve yatırım hesabı açmak olarak sıralanıyor.

## Mobil bankacılık en çok tercih edilen yöntem

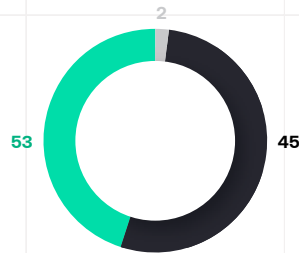
Kullanıcıların yüzde 79’u vadeli hesap açma ve yönetme işlemleri, yüzde 59’u ise para transferi için uzaktan bankacılığı tercih ediyor. Yüzde 53’ü de mobil bankacılığı kullanıyor. Araştırmaya göre mobil bankacılık en çok tercih edilen yöntem. Çağrı merkezi, tüm işlem türlerinde en az tercih edilen kanal olarak öne çıkıyor. Bunun dışında kredi başvuruları/işlemleri ve emeklilik/sigorta uygulamaları için en çok kullanılan kanal ise şube oluyor.

## Uzaktan bankacılık, salgından sonra da önemini koruyacak

Araştırmaya katılan her üç kişiden ikisi, salgın sırasında uzaktan verilen bankacılık hizmetleri için başvuru yaptığını aktarıyor. 25-34 yaş grubu, yüzde 77 ile uzaktan bankacılık deneyiminden en memnun kitle olarak dikkat çekiyor.

### Müşterilerin neredeyse yarısı tüm işlemlerini online kanallardan gerçekleştiriyor

Her türlü işlem için şubeye giden müşterilerin oranı yalnızca %2. Şubeye giden müşterilerin tercih nedeni personeli tanımak ve bilgi almak.



#### Sadece şube

Sadece şube ziyaretini tercih edenler arasında daha çok erişkin müşteriler (%7) ve öğrenciler (%5) yer alıyor.

#### Online

Çoklu kanal kullanımı (hem şube hem online) 18-24 yaş arası genç müşterilerde (%59) ve öğrencilerde (%62) daha fazla görülüyor.

#### Çoklu-kanal

Yalnızca online kanalları tercih edenler daha çok orta yaş müşterilerden oluşuyor (34-44 yaş grubunda %48 ve 45-55 yaş grubunda %52).

Yalnızca online kanal tercihinde en düşük oran KOBİ segmentinde (%37).





Müşteriler uzaktan bankacılığı istediği her şeyi istediği yerden yapabildiği, evden veya iş yerinden çıkmadan işlem yapabildiği, telefonda sıra beklemek zorunda kalmadığı, başvuru prosedürleri daha hızlı sonuçlandırıldığı ve mesai saatlerine bağlı olmadığı için tercih ediyor. Her 10 tüketiciden 7'si ise salgın bittikten sonra da bankacılık işlemlerinde online/video sistemleri tercih edeceğini paylaşıyor.

### Farkındalık henüz ortalama seviyede

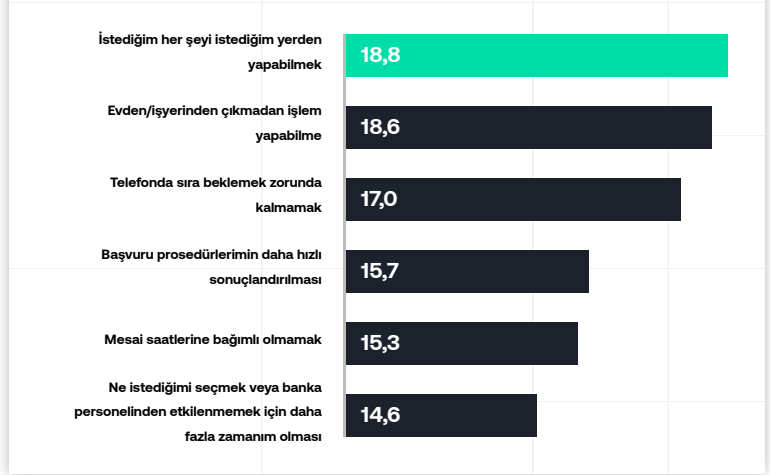
1 Nisan 2021 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanan ve 1 Mayıs 2021'de yürürlüğe giren "Bankalarca Kullanılacak Uzaktan Kimlik Tespiti Yöntemlerine ve Elektronik Ortamda Sözleşme İlişkisinin Kurulmasına İlişkin Yönetmelik" ile, bankaların elektronik ortamda müşteriyile sözleşme ilişkisi kurulurken kullanabilecekleri uzaktan ve dijital kimlik doğrulama yöntemlerinin düzenlenmesi amaçlanıyor. Videoyla tanımanın dijital kimlik doğrulama sürecinde birincil uzaktan tanıma yöntemi olarak belirlendiği bu düzenlemeye dair farkındalığın artırılması hedefleniyor.

Araştırmaya göre BDDK'nın uzaktan bankacılığı destekleyen düzenlemesinden haberdar olan müşterilerin oranı yüzde 40'a ulaşıyor. Yeni düzenlemeden haberdar olan ve bu düzenlemelere pozitif bakanlar ağırlıklı olarak çalışanlardan ve KOBİ sahiplerinden oluşuyor. Bu kesim detaylı incelendiğinde beyaz yakalıların yüzde 34'ünün, yöneticilerin yüzde 36'sının, KOBİ sahiplerinin de yüzde 33'ünün düzenlemeden memnun olduğu görülüyor.

Yeni düzenlemeden haberdar olup desteklemeyenlerde ise

### Uzaktan bankacılığın motivasyon kaynağı: "Her zaman her yerde bankacılık özgürlüğü"

Müşterilerin gözünden uzaktan, video veya online hizmetlerin avantajları



yüzde 16 ile mavi yakalı çalışanlar çoğunluğu oluşturuyor. Yeni düzenlemeden haberdar olmayanlara bakıldığında, yüzde 73 ile çalışmayanlar, yüzde 69 ile öğrenciler, yüzde 67 ile emekliler, yüzde 65 ile 18-24 yaş arası en genç bankacılık müşterileri ve yüzde 63 ile kadınlar öne çıkıyor.

## "BANKACILIKTAN TELEKOMA HER ALANDA DİJİTAL KİMLİK DOĞRULAMANIN ÖNCÜSÜ OLACAĞIZ"

Teknolojik gelişmeler son 20 yılda neredeyse tüm sektörlerde köklü değişimlere yol açtı. Teknolojiyle dönüşen bankacılık ve finans sektörü de bu yeniliklerden faydalanarak verimliliklerini ve müşterilerin küresel çapta penetrasyonunu büyük ölçüde artırdı. Koronavirüs salgını ise sektörde uzaktan bankacılık dalgası yarattı. Evlere kapanmayı ve uzaktan erişilebilen hizmetlerin kullanılmasını adeta zorunlu hale getiren salgın, bankaları ve finansal kuruluşların müşterilerine sunduğu deneyimin yanı sıra ürün ve hizmetlerinin sağladığı imkanları kısa sürede geliştirmesine zemin hazırladı. Tüm bu gelişmeler ışığında finansal kurumların kişisel hesap açmak için fiziksel süreçler yerine dijital kimlik doğrulama yöntemini kullanabilmesine izin veren düzenlemeyle Türkiye de dijital kimlik doğrulama alanında yeniliklere imza atan ülkeler arasına katıldı.



**Russ Cohn**  
OCR Labs Uluslararası  
Operasyonlarda  
Sorumlu Genel Müdürü

Elbette dijitalleşme süreklilik arz eden bir süreç ve bu alanda atılacak daha pek çok adım var. Uzaktan kimlik doğrulamayla ilgili yönetmeliğe dair farkındalık seviyesi

de bu durumu destekliyor. Dijital kimlik doğrulama alanında teknoloji lideri şirketlerden biri olarak, tescilli teknolojimizle kimlik dolandırıcılığı ve yasal mevzuata uyumluluk gibi önemli zorluklara çözüm getiriyoruz. Bu sayede online bankacılığın en çok tercih edilen yöntem olduğu Türkiye'de uzaktan bankacılığa yönelik en büyük endişe olan güvenliği de sağlıyoruz. Sunduğumuz uçtan uca çözüm, kara para aklamayı önleme ve müşterini tanı (KYC) düzenlemelerini destekliyor; dolandırıcılığı azaltırken müşteri kimliği doğrulaması sürecini de iyileştiriyor. Amacımız Türkiye'deki bankacılık alışkanlıklarına dair daha derin bir kavrayışa sahip olarak, sektörün ihtiyaç duyduğu devam etmek. Bu uzmanlığı bankacılığın yanı sıra telekomünikasyon ve daha birçok sektöre yaymayı arzu ediyoruz.

# SİBER RİSK YÖNETİMİ İÇİN REHBER OLACAK 6 İLKE



**DR. SONER CANKÖ**  
SC Yönetim Danışmanlık



**KIVANÇ HARPUTLU**  
PCI Checklist CEO'su

**Ö**nceki yazılarımızda, yönetimi kurulları için siber güvenlik hakkında bilinmesi gereken ve toplantılarda dile getirilebilecek temel başlıkları ele almıştık. Bu yazımızda ise Harvard Üniversitesi yayınlarından faydalanarak yönetim kurullarına siber risk yönetimi rehber olacak 6 ilkeyi tartışacağız...

## 1 Sistemik direnç ve iş birliği teşvik edilmeli

Etkin bir siber güvenlik stratejisi, endüstrinin ve sektörlerinin siber dirençlerinin geliştirilmesini kapsar. Çağımızın birbiriyle yüksek düzeyde entegre organizasyonel yapısı, tek bir şirkette ortaya çıkan risklerin tüm endüstriye, sektöre ve ekonomiye bulaşma ihtimalini taşıyor. Dolayısıyla tek bir şirketin siber güvenliğinin güçlü olması yeterli olmuyor. Özellikle çok şirketli kurumsal organizasyonlarda üçüncü tarafların güvenliklerinin sağlanması önem taşıyor. Ayrıca üst yönetimlerin, endüstriyel iş birliğini teşvik etmeleri gerekiyor.

## 2 Siber güvenlik, stratejik iş kolaylaştırıcıdır

PwC'nin 2020 sonunda 400'den fazla şirketle yaptığı araştırmaya göre, yönetim kurulu üyelerinin yüzde 52'si, son 3 yılda

yaptıkları siber güvenlik iyileştirmeleriyle müşteri güvenini ciddi oranda artırdıklarını kaydetti. Etkin ve organize siber güvenlik, şirket ve toplum için yeni fırsatlar sunar, katma değer sağlar. Yönetim kurulları, siber güvenliği şirketlerin kilit operasyonel ve stratejik karar alma süreçlerine dahil etmeli ve önemli dijital dönüşümleri siber güvenlik bakış açısıyla görmelidir.

## 3 Siber riskin etkisini ve ekonomik sebeplerini anlamalı

Şirket kararları, siber risk ekonomisinin analizine ihtiyaç duyar. Kârlılık getiren birçok inisiyatif, siber riskleri de beraberinde artırabilir. Dolayısıyla karar alıcılar, potansiyel kazanç ve kayıpları siber riskleri göz önünde bulundurarak değerlendirmelidir. Örneğin, yeni bir pazar birçok fırsat sunabilirken, iş yapmak için gerekli olabilecek yeni ağ bağlantıları ve ilk defa gerçekleşecek veri akışı uzmanlarca kontrol edilmediği takdirde ciddi siber riskler taşıyabilir.

## 4 Siber risk yönetimini, iş ihtiyaçlarıyla uyumlu hale getirmeli

Yönetim Kurulları, iş hedefleri doğrultusunda siber riskleri nasıl etkin bir şekilde yöneteceklerini anlamalı ve değerlendirmelidir.





Herhangi bir şirketin etkin yönetimi, siber risk yönetiminin, işin karar alma, dönüşümü, inovasyon, fiyatlama, ürün geliştirme ve pazarlama gibi tüm hedefleriyle uyumlu olmasını gerektirir. Dolayısıyla şirketin iş stratejisi, siber risk etkileriyle gözden geçirilmelidir.

## 5 Organizasyonel tasarım, siber güvenliği desteklemeli

Şirketler, iç yönetim yapılarını, siber güvenliği kurumsal seviyede destekleyecek şekilde tasarlamalıdır. Siber güvenlik uygulamaları, işlerin icrasına ve karar alma süreçlerine entegre edilmelidir. Yönetim kurulları, söz konusu düzenlemeler uygulanması için yeterli personel ve kaynak olduğundan emin olmalı ve takip etmelidir.

## 6 Siber güvenlik uzmanlığı yönetim kurullarının parçası olmalıdır

Yönetim kurulları, şirketlerinin siber güvenliğini uygun bir yapı içerisinde etkin bir şekilde yönetebilmek için, şirket içi ve dışında tüm kaynaklardan faydalanmalı ve üyeleri bu alanda bilgilerini sürekli artırmalıdır. Bu doğrultuda, stratejik siber güvenlik kararlarına rehberlik edebilecek şekilde şirket içerisinde paydaşlarla ilişkiler kurulmalı ve kurul üyelerinin konu hakkında temel bilgilerini artıracak fırsatlardan yararlanılmalıdır.

## SONUÇ

Yönetim kurulları, siber riskleri ve yönetimindeki sorumluluklarını kavramalı, bu konuda bilgi birikimlerini sürekli artırmalıdır. Tek bir organizasyona yönelik çalışma, tabiatıyla faydalı olmakla beraber, endüstriyel ve sektörel iç içe geçmişlik ve risk bulaşıcılığı göz önünde bulundurulduğunda, bütüncül bir güvenlik yaklaşımının benimsenmesi gerektirir. Başka bir deyişle, şirketlerin birlikte çalıştıkları üçüncü tarafların güvenlikleri de sağlanmalıdır. Bu yazıda bahsettiğimiz ilkeler, etkin bir siber risk yönetimi rejiminin temellerini oluşturmak için yönetim kurullarınca benimsenmelidir.



# Bankaların aktif toplamı 10 trilyon TL'ye koşuyor

KPMG Türkiye'nin "Bankacılık Sektöre Bakış - 2021" raporuna göre sektörün aktif toplamı 9 trilyon TL eşiğini aşarken mevduat hacmi 5.3 trilyon TL oldu. Aktif büyüklük listesinde kamu bankaları yine ilk üç sırada. Yılı 92.1 milyar TL net kârla kapatan sektörde kredi hacmi ise 2021 sonu itibarıyla 5 trilyon TL eşiğini aştı. 57 bankanın faaliyet gösterdiği sektörde dijitalleşme ve müşteri tercihlerindeki değişime paralel olarak çalışan sayısı 185 bin 248'e, şube sayısı 9 bin 800'e gerilerken toplam aktif dijital bankacılık müşteri sayısı 77 milyon 932 bin kişiye ulaştı...



2022 yılıyla birlikte salgının etkilerinin geride kalmaya başlaması bankacılık sektörü için risklerin pek çok açıdan normale dönmesini sağladı. Risklerin azalmaya başlamasının yanı sıra salgın sonrası küresel koşulların sektör oyuncularına yüklediği yeni risk unsurları da ortaya çıkıyor. Özellikle merkez bankalarının parasal sıkılaştırma adımları ve reel piyasalara sağlanan mali desteklerin çekilmeye başlaması, bu risk unsurlarının başında geliyor. Diğer yandan bankacılık sektörünün ajandasına önemli bir yer tutan dijital dönüşüm de tüm hızıyla devam ediyor.

İşte bu ortamda KPMG, bankacılık sektörü oyuncularının gündemi yakalayabilmesine ve sağlıklı bir yol haritası çizmesine katkıda bulunmak amacıyla sektörün 2021 yılına kapsayıcı bir bakış sunan raporunu yayınladı. "Bankacılık Sektöre Bakış - 2021" raporuna göre 57 bankanın faaliyet gösterdiği sektörün aktif toplamı 9 trilyon TL eşiğini aşarken mevduat hacmi 5.3 trilyon TL oldu. 2021 yılını 92.1 milyar TL net kâr ile kapatan sektörde kredi hacmi ise 2021 yıl sonunda 5 trilyon TL eşiğini aştı.

Öte yandan, dijitalleşme ve müşteri tercihlerindeki değişime paralel olarak hem şube hem de personel sayısındaki düşüş trendi devam ederek çalışan sayısı ise 185 bin 248'e geriledi. 2020 yılı sonunda 10 bin eşiğinin altına düşen toplam şube sayısındaki azalma trendi de sürdü. 2021 yılında toplam şube sayısı 147 adet azalarak 9 bin 800'e geriledi. Rapora göre 1 Ocak 2022 itibarıyla yürürlüğe giren dijital banka kuruluşlarına ilişkin mevzuat da bu trendin devam edeceğini gösteriyor.

## Sektör bilançosu ve kârlılığı

Salgın dönemindeki yapısal değişimleri ve 2021 sonundaki hızlı kur hareketini atlatan sektörün aktif toplamı 9 trilyon TL eşliğini aşarken mevduat hacmi 5.3 trilyon TL oldu. Bu hacim tarihi bir zirveye işaret ederken, artışın ana sebeplerinden biri de TL'de yaşanan değer kaybı sebebiyle döviz tevdiat hesaplarının (DTH) yükselmesi oldu.

Sektörün toplam net kârı ise 2021 yıl sonunda neredeyse önceki 2 yılın toplamına erişti. Toplam özkaynaklar da 711 milyar TL'ye ulaştı. Sektörün aktif büyüklük listesinde kamu bankalarının ilk üç sıradaki yeri değişmedi. Bankacılık sektörü aktif büyüklük payları sırasıyla şu şekilde oldu: Ziraat Bankası yüzde 16.4, VakıfBank yüzde 11.8, Halkbank yüzde 11.1, İş Bankası yüzde 10.8, Garanti BBVA yüzde 8.8, Yapı Kredi yüzde 8.6, Akbank yüzde 8.5, QNB Finansbank yüzde 4.2, Eximbank yüzde 3.8... Sektör, 2021 yılını 92.1 milyar TL net kârla kapattı. 2020 sonuyla kıyaslandığında yüzde 57'nin üzerinde artışa denk geliyor. 2022'de bankacılık sektöründe TÜFE'ye endeksli menkul kıymet getirilerinin artacağına ilişkin beklenti sektördeki kârlılığı olumlu etkiliyor. Kredi büyümesinin de etkisiyle sektörde kârlılığın yüzde 150 artacağı tahmin ediliyor.

## Krediler

Sektörün kredi hacmi 2021 sonunda 5 trilyon TL eşliğini aşarken yıllık kredi büyümesi yüzde 37 oldu. Türlerine göre bakıldığında ticari ve diğer krediler 4.11 trilyon TL hacme ulaştı. Tüketici kredilerindeki hacim 989.1 milyar TL oldu. Tüketici kredileri içerisinde ilk sırada 462.5 milyar TL ile ihtiyaç kredileri yer aldı. Onu sırasıyla 301.4 milyar TL ile konut kredileri, 212.5 milyar TL ile kredi kartları ve 12.6 milyar TL ile taşıt kredileri izledi. Sektördeki kredi büyümesi ivmesi ve BDDK tarafından yapılan düzenlemeler takipteki alacaklar oranının sınırlı kalmasını sağladı. 2019'u yüzde 5.4 ve 2020'yi yüzde 4.1 ile kapatan sektör, 2021'de bu oranı yüzde 3.2'ye düşür-

meyi başardı. Sektörün 2021 yılında takipteki alacakları 160 milyar TL oldu.

## Mevduatlar

Sektörün mevduat tabanı 2019'a göre yüzde 108, 2020'ye göre de yüzde 53.2 büyüyerek 2021 sonunda 5 trilyon TL'ye yaklaştı. Bu tutarda yabancı para ve yabancı paraya endeksli kıymetli madenler mevduatının payı yüzde 63 seviyesinde oluştu. Dolarizasyona karşı alınan önlemler çerçevesinde geliştirilen ve 20 Aralık 2021 tarihinde devreye alınan kur korumalı mevduat aracı ise bu hacmin gerilemesine yol açtı. Yıl sonunda 237 milyar dolar olan döviz ve kıymetli maden mevduatı hacmi, bu yılın şubat ayının ilk haftası itibarıyla 225 milyar dolara geriledi. Böylece toplam pastadan alınan pay yüzde 57 oldu.

## Dijital bankacılık

Raporda, sektörünün ajandasına önemli bir yer tutan dijital dönüşümle ilgili verilere de yer veriliyor. Buna göre hızlı gelişen alanlardan biri olan dijital bankacılıkta Ekim-Aralık 2021 dönemi içinde toplam aktif dijital bankacılık müşteri sayısı 77 milyon 932 bin kişiye ulaştı. Bunların 2 milyon 764 bin kişisi "sadece internet bankacılığı" işlemi yaparken 65 milyon 954 bini "sadece mobil bankacılık" işlemi yaptı. Hem internet hem mobil bankacılık işlemi yapan kullanıcı sayısı ise 9 milyon 214 bin kişi olarak açıklandı.

İnternet bankacılığı hizmetini kullanmak üzere sistemde kayıtlı ve en az bir kez giriş işlemi yapmış bireysel müşteri sayısı ise Aralık 2021 itibarıyla 81 milyon 689 bin kişi oldu. Son 1 yıl içerisinde en az bir kez giriş işlemi yapmış bireysel müşteri sayısı da 24 milyon 405 bin kişi. Mobil bankacılık hizmetini kullanmak üzere sistemde kayıtlı olan ve en az bir kez giriş işlemi yapmış toplam müşteri sayısı Aralık 2021 itibarıyla 117 milyon 226 bin kişi olurken bunların 75 milyon 168 bini Ekim-Aralık 2021 dönemi içerisinde en az bir kez giriş yaptı.

## FİNTEK GİRİŞİMCİLERİ İÇİN ANAHTAR TESLİM DİJİTAL FİNANS ÇÖZÜMLERİ

"Fintech & Dijital Finans Mükemmeliyet Merkezi" kuran KPMG Türkiye, kendi dijital finansal hizmetlerini sunmak isteyen şirketlere uçtan uca danışmanlık hizmeti verecek. KPMG Türkiye Fintech ve Dijital Finans Lideri Sinem Cantürk, merkezle ilgili şu bilgileri veriyor: "FinTek sektöründeki derin deneyimimizle entegre dijital finans çözümleri geliştiren uzman bir ekip kurduk. Şirketlerin en uygun teknolojileri hayata geçirerek, yetenek yönetimini en verimli şekilde yürütmesi için uçtan uca bir hizmet noktası olmayı amaçlıyoruz. Hizmetlerimizi, anahtar teslim FinTek ve dijital finans çözümleri olarak

özetleyebiliriz. Hayata geçirdiğimiz mükemmeliyet merkezi, dijital finans alanına girecek herhangi bir sektörden şirket için A'dan Z'ye tüm ihtiyaçları sunmayı hedefliyor. Şirket stratejilerini oluşturmak, strateji oluşturulduktan sonra uygun teknoloji ürünlerini sunmak, iş veya bilgi teknolojileri süreçlerini tasarlamak, lisans başvurusu için hukuk ve uyum süreçlerini yürütmek, şirket kurulduktan ve lisans aldıktan sonra gerekli finansal denetim ve vergi süreçlerini yönetmek gibi geniş bir yelpazede hizmetlerimiz var."



Sinem Cantürk

# Gurbetçi vatandaşlar da pasaportlarıyla uzaktan banka hesabı açabilecek



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

**B**ankacılık işlemleri her geçen gün daha fazla dijital ortamlarda yapılıyor. Mevzuat altyapısı hazırlanan açık bankacılık ve dijital banka uygulamalarıyla birlikte özellikle de mobil cihazlar üzerinden yapılan işlemlerin payının daha hızlı artması bekleniyor. Bu gelişime paralel olarak kanun koyucu ve ilgili kurumlar da söz konusu alanı düzenleyen kanun, tebliğ, yönetmelikler çıkarmayı sürdürüyor. Hatırlanacağı gibi, salgın nedeniyle banka müşterilerinin uzaktan müşteri olabilmesini sağlayan düzenleme de bunlardan biriydi. Bu sayede artık online ortamda, canlı video görüşmesiyle müşterinin kimliği doğrulanıp başta hesap açmak üzere birçok işlem için şubeye gitmeye gerek kalmıyor.

## TC kimlik kartı veya Mavi Kartınız varsa...

Evet, daha önce bu sayfalarda da yer verdiğimiz üzere, elektronik ortamda bankacılıkla bağlantılı sözleşmelerin kurulabilmesi ve müşteriler ile müşteri adaylarının uzaktan kimlik tespitinin yapılabilmesi için çıkarılan “Bankalarca Kullanılacak Uzaktan Kimlik

Tespiti Yöntemlerine ve Elektronik Ortamda Sözleşme İlişkinin Kurulmasına İlişkin Yönetmelik” geçen yıl yürürlüğe girdi ve bankalar tarafından da hızla kullanılmaya başladı.

Söz konusu yönetmeliğe 6 Nisan 2022 tarihinde bir ek yapıldı ve yurt dışında yaşayan Türk vatandaşlarının “Yurt Dışında Yerleşik Vatandaşlar Mevduat ve Katılım Sistemi”

(YUVAM) kapsamında banka nezdinde yeni müşteri olarak kabul edilebilmesi işlemlerinde pasaportlarının kullanılabilmesi için düzenlemeler yapıldı. Ayrıca bu işlemleri için pasaportun nasıl kullanılacağına dair hükümler de belirlendi.

Bu imkandan yararlanabilecek kişilerin Türkiye Cumhuriyeti kimlik belgesi

sahibi veya “Mavi Kart” sahibi gerçek kişiler olması gerekiyor. Söz konusu işlemlerin, YUVAM sistemi kapsamında hesap açma ve açılan hesaplarla ilgili işlemleri yapmakla sınırlı olduğunu belirtelim.

Kuşkusuz bankalar tarafından “müşterini tanı” (KYC) yükümlülükleri kapsamında kişinin kimliğinin onaylanması en önemli işlemlerden biri. Banka personeli tarafından müşteri/müşteri adayları olan kişilerin kimliklerinin doğrulanması işlemi, kişilerin fotoğrafı pasaport veya kimlik belgelerinin kameraya tutulmasıyla gerçekleştiriliyor. Bu kapsamda banka müşteri temsilcisinin ilgili belgenin sahte olmadığını doğrulayıcı işlemleri yapması ve kişinin kimliğinden emin olması gerekiyor.

## “Yüksek risk” profilinde izlenecekler

Yönetmeliğe eklenen madde kapsamında dikkat çeken bir diğer husus da bu şekilde sisteme dahil edilen müşterilerin banka tarafından “yüksek risk” profilinde izlenecek olması. Açılan banka hesaplarına para aktarımı sadece müşterinin yurt dışı bankalarda kendi adına açılmış hesaplarından mümkün olabilecek.





**Uzaktan müşteri edinimine imkan veren yönetmeliğe bir madde eklenerek, yurt dışında yaşayan Türk vatandaşlarına, YUVAM kapsamında banka nezdinde yeni müşteri olarak kabul edilebilmesi işlemlerinde pasaportlarının kullanılabilmesi için düzenleme yapıldı. Bu şekilde sisteme dahil edilen müşteriler, ilgili banka tarafından “yüksek risk” profilinde izlenecek. Açılan banka hesaplarına para aktarımı sadece müşterinin yurt dışı bankalarda kendi adına açılmış hesaplarından mümkün olabilecektir...**

## ÇEREZLERLE İŞLEDİĞİ VERİYİ YURT DIŞINA İZİNSİZ AKTARAN ŞİRKETE 800 BİN TL CEZA

Kişisel verilere veri sorumlusu kabul edilen gerçek veya tüzel kişilerin Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) kapsamında uyumluluk süreci devam ediyor. Kişisel Verileri Koruma Kurulu, dönem dönem çeşitli kararlar ve görüşler yayınlamaya, söz konusu kanunun farklı alanlarda nasıl uygulanacağına ve yorumlanacağına dair yol gösteriyor.

Kurul, son olarak 23 Mayıs 2022 tarihinde, 10 Mart 2022 tarih ve 2022/229 numaralı kararlar

internet sitesi ve mobil uygulama

kapsamında yer

alan çerezlerle veri

işleyen, veri sorumlusu

sıfatını haiz ve e-ticaret

sektöründe faaliyet gösteren bir şirket hakkında yapılan şikayeti değerlendirdi...

Veri sahibi tarafından kuruma yapılan şikayette, söz konusu şirketin çerez politikasının özel hayatın gizliliğine ve temel hak ve özgürlüklere aykırı olduğu, sunulan politikanın anlaşılmadığı ve bu kapsamında aydınlatma yükümlülüğünün yerine getirilmediği, çerezlerle işlenen verilerin veri sahiplerinin açık rızası alınmadan yurt dışına aktarıldığı, belirtilen veri kategorisi altındaki açıklamalardan işlenen verilerin anlaşılmadığı, ilgili kişinin ticari elektronik ileti onayı vermemiş olmasına rağmen “hedefleme ve analiz” çerezlerinin tarayıcıda ve

uygulamada aktif olduğu, gerek platform gerek mobil uygulama üzerindeki üye müşterinin deneyiminin iyileştirilmesi olarak sunulan veri işleme amacı için “hedefleme bilgilerinin” veya “beğenileri” gösteren değerlendirmelerin davranışsal reklamcılık çerezi işlevi kazandığı ve işlenmesine gerek olmadığı hâlde işlendiği, hedeflemeli reklamcılık yapılmadığının

belirtilmesine karşın hedeflemeli çerezlerin aktif olduğu, tarayıcıda çerezlerin devre dışı bırakılmasının kişinin tarayıcı deneyimini tamamen katlanılmaz hâle getirdiği gibi hususlar belirtildi.

Kurul, söz konusu şikayeti inceledikten sonra çerezlerle ilişkin şu değerlendirmeyi yaptı:

- İnternet sitesinin düzgün çalışması için zorunlu çerezlere dair kişinin açık rızası alınması gerekmektedir.
- Bunlar dışında kalan reklam, pazarlama ve performans amacıyla çalışan çerezlerin kullanılması için kanunda sayılan istisnalardan birisi olmaması halinde, kişilerin açık rızası alınması gerekmektedir.
- KVKK kapsamında açık rızanın aktif bir hareketle verilmesi prensip olarak kabul edilmiş olup bu çerçevede zorunlu çerezler dışındaki çerezlerin doğrudan veri sahibi tarafından kabul edilmiş olarak işaretlenmesi açık rıza alınması prensibine aykırılık teşkil

etmektedir.

■ İnternet sitesini/mobil uygulamaları ziyaret eden kullanıcılardan internet sitesine/mobil uygulamaya giriş anında ilgili kişilerin iradi aktif hareketiyle söz konusu çerezlerin çalışmasına onay vermesi, dolayısıyla varsayılan ayar olarak çerezlerin çalışmamasını öngören “opt-in” mekanizmasına göre açık rıza alması gerekmektedir.

■ İşlenen verilerin yurt dışına aktarımı kapsamında, KVKK nezdinde öngörülen üç yol bulunmakta olup veri sahibinin açık rızasının alınması dışında diğer yollar kurum tarafından yeterli korumanın bulunduğu belirtilen ülkelere aktarımın yapılması veya veri sorumlusu tarafından kuruma taahhütname sunulmasıdır. Kurum tarafından yeterli korumanın bulunduğu ülkeler henüz belirlenmiş olup bu seçenek aktif olarak kullanılamamaktadır.

■ Veri sorumlusu tarafından hazırlanan “çerez politikası” ile kişisel verilerin hangi amaçla işleneceği, kişisel verilerin kimlere ve hangi amaçla aktarılacağı, kişisel veri toplamanın yöntemi ve hukuki sebebiyle ilgili kişinin kanunun 11’inci maddesinde sayılan diğer hakları sununda doğru bir şekilde bilgilendirmesi gerekmekte ve çerezlerin teknik bir konu olduğu değerlendirildiğinde olabildiğince anlaşılır, açık ve sade bir dil kullanılması gerekmektedir. Kişisel Verileri Koruma Kurulu, inceleme sonucunda, veri sorumlusu e-ticaret şirketine 800 bin TL idari para cezası uyguladı ve söz konusu hususların düzeltilip bu konuda kurumun bilgilendirilmesi yönünde talimat verdi.



# Mobil uygulamalar her alanda rekora koşuyor

Mobil uygulamalardaki tüketici harcamaları 2021 yılında yüzde 19 büyümeyle 170 milyar dolara ulaştı. Mobil bankacılık uygulamaları üzerinden yapılan ciro da yüzde 88 artışla 6.8 milyar doları buldu. Reklam ve oyun harcamaları da rekora doymuyor...



Adjust tarafından hazırlanan “Mobil Uygulama Trendleri 2022” raporu, 2021 yılındaki mobil uygulamaların seyri hakkında önemli ipuçları barındırıyor. Raporun önsözünde, son 2 yıldır yaşanan zorluklara rağmen mobil uygulama ekosisteminin gelişmeye devam ettiğine ve uygulama pazarlaması endüstrisinin güce ve adaptasyona ne kadar açık olduğuna vurgu yapılıyor.

Araştırma, mobil uygulamalardaki tüketici harcamasının 2021 yılında 170 milyar dolara ulaşarak bir önceki yıla göre yüzde 19 büyüdüğünü ortaya koyuyor. Reklam harcamaları da 288 milyar dolarla rekor kırdı ve bu tutarın 2022 yılı için 336 milyar dolara çıkacağı tahmin ediliyor.

Mobil uygulama endüstrisinin müşteri taleplerini karşılamak için daha fazla kaliteli hizmet sunma potansiyeline sahip olduğunun altını çizen araştırma, bunun da rekabeti her zamankinden daha zor hale getirdiği saptamasını yapıyor. Araştırmada mobil uygulama alanları FinTek, e-ticaret, oyun, reklam gibi kategori başlıkları altında inceleniyor.

## Bankacılık uygulamalarında ciro yüzde 88 arttı

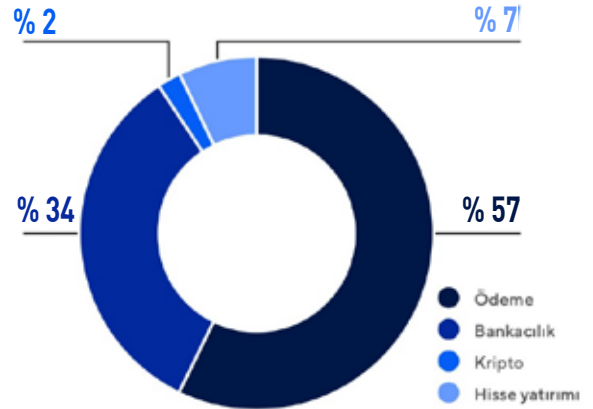
Geçen yıl mobil bankacılık uygulamalarının cirosu, 2020'ye göre yüzde 88 artışla 6.8 milyar dolara ulaştı. Finans uygulamaları sadece ABD'de 2020'ye kıyasla yüzde 19 artışla 573.1 milyon kez indirildi. Alışverişlerin yarısından

fazlası (yüzde 52) dijital cüzdanlarla yapıldı ve 2019 yılından bu yana nakit kullanımı yüzde 42 azaldı.

Kuzey Amerika'daki kullanıcıların 2021'de FinTek uygulamalarını en çok kullandığı alanlar fatura ödemek, bankacılık, vergi beyannameleri, para göndermek, yatırım yapmak ve kripto para birimleri alıp satmak oldu. Çin, yüzde 87'lik benimsenme oranıyla temassız mobil ödemelerinde ilk sırada yer aldı. Yüzde 40 ile Hindistan, yüzde 46 ile Güney Kore ve yüzde 43 ile ABD de listede kendine yer buldu.

*“Şimdi al, sonra öde” (BNPL) hizmetleri, kripto para birimlerine erişim sağlayan dijital cüzdanlar ve geleneksel bankaların sunduğu bulut bankacılığı hizmetleri gündemi belirlemeye devam ediyor...*

## SEKTÖRLERE GÖRE FİNTEK UYGULAMASI KURULUMLARI (2020-2021)



## Mobil perakende cirosu 3.5 trilyon doları geçti

Küresel mobil perakende e-ticaret satışları, 2020'ye göre yüzde 22.3 artarak 3.56 trilyon dolara ulaştı. Mobil, artık e-ticarette lider ve 2021'deki e-ticaret satışlarının yüzde 67'si bu kanaldan gerçekleşti. Bu bir önceki yıla göre yüzde 14 artış anlamına geliyor. 2021'de akıllı telefonlarından alışveriş yapanların yüzde 55'i, sosyal medya reklamları gördükten sonra kararını vermiş. Alışveriş uygulamalarında harcanan süre de yüzde 18 artışla 100 milyar saati aştı.





2025 yılına kadar yüzde 56.5 büyümesi beklenen kupon endüstrisi, kullanıcı kazanımına, kullanıcı tutmaya ve sosyal ticarete yön vermek için oyunlaştırmayı kullanıyor.

### Oyun sektöründe liderlik ABD'de

Mobil oyunlar, 2021'de küresel olarak oyunlara yapılan tüketici harcamasının yüzde 52'sini oluşturarak 93.2 milyar dolara ulaştı. Bu tutar yıllık bazda yüzde 7.3 artışa işaret ediyor. Mobil oyun pazarının 2021-2026 arasında yüzde 12.3 yıllık bileşik büyüme kaydetmesi bekleniyor. Küresel mobil oyun pazarı, sadece Aralık 2021'de Google Play ve App Store'daki oyuncu harcamalarından 7.4 milyar dolarlık ciro elde etti. İlk sıradaki pazar ABD olurken, onu Japonya ve Çin izledi.

Şu 8 mobil oyun, geçen yıl 1 milyar doların üzerinde ciroya ulaştı: PUBG Mobile, Honor of Kings, Genshin Impact, Roblox, Coin Master, Pokémon Go, Candy Crush Saga ve Garena Free Fire. Mobil oyunlara yapılan reklam harcaması 2021'de yüzde 23 artışla 295 milyar dolara ulaştı. 2022 beklentisi 350 milyar dolar.

*Blokzincir oyunları/NFT'ler, "oyna-kazan" iş modelleri ve oyunların sosyal ağlarda oynanabilmesi için geliştirilen HTML5 formlar revaçta...*

## "2022, MOBİL UYGULAMALAR İÇİN FIRSAT YILI OLUYOR"

Mobil uygulama pazarlaması endüstrisi, zorluklar karşısında hiçbir zaman geri adım atmadı ve yeni durumlara nasıl



**Simon Dussart**  
Adjust CEO'su

hızla adapte olduğunu gösterdi. Bunu yaparken de öncelikle kaliteye odaklanarak kendini diğer sektörlerden apayrı bir noktaya taşıyor. Uygulamalar, sadece dünya çapında lider eğlence formatlarına sahip olmakla ve günlük hayatımızdaki işleri kolaylaştıran yollar sunmakla kalmıyor, ayrıca karşılaştığımız sorunlara da çözümler sunarak dünyanın dört bir yanındaki pazarlarda bulunan kullanıcılara güç veriyor. Zorluklar devam etse de 2022, uygulamalara duyulan ihtiyacın her zamankinden daha belirgin olacağı bir fırsat yılı olarak kayda geçecek.



## QR kodla ödeme hacmi 2025'te 3 TRİLYON DOLARA ulaşacak

QR kod teknolojisiyle yapılan ödemelerin 2025 yılına kadar 3 trilyon doları aşacağı tahmin ediliyor. Asıl çarpıcı beklenti ise bu yılki tutarın yüzde 25 artışla 2.4 trilyon dolar olacağı yönünde. QR kod kullanımında en başarılı 5 şirketse şöyle sıralanıyor:

1. Alipay
2. PayPal
3. WeChat Pay
4. Google Pay
5. UnionPay

Araştırmaya göre Alipay; sadakat programları, çevrimiçi ödemeler ve yemek dağıtım hizmeti de dahil olmak üzere güçlü özelliklerden oluşan bir portföy için erken harekete geçmenin meyvelerini topluyor. Rakipleri ise Alipay'ın sadakat planları gibi QR kod ödeme yetenekleri etrafında dönen değerli bir ekosistem oluşturma stratejisini taklit ediyor.

## Revolut, kredi hizmeti için Cross River Bank ile ortaklık kuruyor



Neobank Revolut, ABD'de tüketicilere kredi sunmak için Cross River Bank ile ortaklık kuruyor. Daha önce bu ülkede dijital bankacılık hizmeti vermek için New York merkezli Metropolitan Commercial Bank ile ortaklık kuran Londra'da Revolut, bu kez de kredi hizmeti için Cross River Bank ile ortak hareket edecek. Ayrıca Revolut, önümüzdeki aylarda ABD'li müşterilerinin kullanımına sunulacak bireysel kredi teklifini tercih edecek müşterilerin gecikme ücreti, tahsis ücreti veya ön ödeme cezasına

tabi olmayacağını açıkladı. Revolut'un ABD kredilerinden sorumlu başkanı Tarun Bhusan, "Rekabetçi faiz oranları sunduğumuzdan emin olmak için kredi bürosu veri kümelelerinden yararlanarak çok sayıda analiz yaptık. Müşterilerin tüm ihtiyaçlarını karşılayabilecek bir finansal süper uygulamaya yaratmaya çalışıyoruz" dedi. Revolut, geçen yıl da New York'ta küçük işletme bankacılığı ürününü piyasaya sürmüştü. KOBİ'lere kredi vermek de planlar arasında.

# Z KUŞAĞI cüzdanları evde bırakmaya hazır!

Marçeta; tüketici ödemeleri, mobil cüzdanlar, bankacılık ve alışveriş tercihlerini inceleyen araştırmasının sonuçlarını yayınladı. Üç kıtada, 1000 İngiliz katılımcı da dahil olmak üzere 4 bin tüketiciyle yapılan anket, tüketicilerin yüzde 61'inin temassız ödemelerle cüzdanlarını evde bırakıp sadece telefonlarını alacak kadar güvende hissettiğini ortaya koyuyor. Bu oran Birleşik Krallık'ta yüzde

77'ye çıkıyor. Oranların bu kadar yüksek çıkması, Z kuşağının verdiği yanıtlara bağlıyor. Birleşik Krallık'tan ankete katılan tüketicilerin yüzde 96'sı geçen yıl temassız ödeme kullandığını belirtmiş. Söz konusu katılımcıların yüzde 42'si de temassız dışında bir özellik kullanmayı çok uzun zaman olduğunu, artık PIN'lerini bile hatırlamadığı ifade etmiş. Bu oran 24 yaşın altındaki katılımcılarda yüzde 54'e kadar çıkıyor.

■ Ankete Birleşik Krallık'tan katılan tüketicilerin neredeyse yarısı (yüzde 46), hayatları boyunca bir banka şubesine güvenebilmek için birkaç kez kullanması gerektiğini söylüyor. 18-24 yaşındaki-lerin yüzde 50'si, fiziksel bir bankaya girme fikrinin tamamen geri ve kendine yabancı olduğunu belirtiyor.

■ Katılımcıların yaklaşık üçte ikisi (yüzde 63) nakit paranın sonunda tamamen ortadan kalkacağına inanırken, yüzde 59'u bunun önümüzdeki 5 ila 10 yıl içinde olacağını düşünüyor.

■ Katılımcıların yüzde 33'ü tüm fiziksel banka şubelerinin yarı kapanmasının hayatlarını etkilemeyeceğini söylüyor.

■ Yüz yüze bankacılık deneyimleri azalsa da çoğu insan birincil bankalarıyla uzun vadeli bir ilişki içinde. Nitekim ankete katılan 10 tüketiciden altısı da 6 yıldan uzun süredir bankalarıyla çalışıyor. Yüzde 38'i de 10 yıldan fazla süredir ana bankalarına sadık...



## Mastercard, ödemeleri yüz tanıma ile yaptıracak

Mastercard, fiziksel mağazalar için temassız kartlar, akıllı telefonlar veya akılda kalıcı PIN'ler yerine yüz tanıma biyometrisi kullanacağını açıkladı. Biyometrik ödeme programı, bir müşterinin bir perakendecinin akıllı telefon uygulamasını kullanarak yüzünü taratmasına ve dosyada saklanan bir banka kartına kendi suretini atmasına izin verecek. Sistemi kullanmak için önce uygulamaya kaydolmanız, sonra yüzünüzün fotoğrafını ve parmak izinizi yükletmeniz gerekiyor. Daha sonra biyometrik verilerinize bağlanan bir kredi kartı ekleyebilirsiniz.

Brezilya'nın Sao Paulo kentindeki beş St Marche süpermarkette bir pilot program şimdiden başladı. Mağazalar, Mastercard'ın Start Path katılım programının bir parçası olarak tanıttığı küçük işletmelerden biri olan Brezilyalı startup Payface tarafından geliştirilen bir uygulamayı kullanacak.



Donanım tarafında Mastercard, yakında uluslararası piyasaya çıkmayı planlayan NEC ve Fujitsu gibi şirketlerle çalışıyor. Uygulama için öncelikli pazarlar Ortadoğu, Afrika, Asya ve Latin Amerika olarak belirlendi. ☹

# Şekerbank CEPOS'la ödeme almayı cepte bilin



Siz de hemen Şekerbank'ın yepyeni uygulaması  
Şekerbank CEPOS'u indirin, POS cihazına  
gerek duymadan cep telefonunuzla  
kolayca ödeme alın.



Şekerbank 

# Küreselleşen İş Dünyasında Yerinizi Alın!

Company Global'in avantajlarından yararlanarak uluslararası pazarlarda şirketinizi kurun ve sınırların ötesinde işinizi büyütün.

- Amerika'da Şirket Kuruluşu
- BAE'de Şirket Kuruluşu
- İngiltere'de Şirket Kuruluşu
- Estonya'da Şirket Kuruluşu



Company  
Global®

[www.companyglobal.com](http://www.companyglobal.com)