

PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

Sayı: 175 / Fiyatı: 150 TL KASIM 2025

**Passo, 20 milyon
kullanıcısıyla
dijital deneyimi
yeniden tanımlıyor**



**1 milyon kamyon
ve tır şoförünün
hayatını değiştirecek
uygulama: Süper Yük**

Yusuf Ürey
Innovance CEO'su

**“Türkiye, finansal
teknolojilerde küresel
rekabetin yeni
merkezi olacak”**

ÖDEAL,

YENİ İŞ ALANLARI VE

YETENEK KAZANIMLARIYLA

GÜÇLENİYOR!

ödeal
10.yıl



**Mastercard PSM Awards
2025 finalistleri
19 Kasım'da açıklanıyor**

**Ödül töreni: 9 Aralık Salı
İş Sanat Kültür Merkezi**



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

PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE



Abone olmak için aşağıdaki bilgileri psm@psmmag.com adresine iletiniz.

Ad Soyad:

Adres ve Fatura Bilgileri:

Posta Kodu:

Şehir:

Tel:

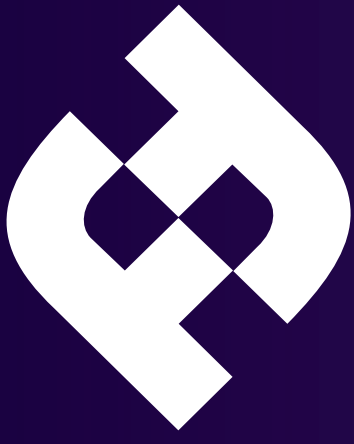
Ödeme Bilgileri

YILLIK ABONELİK BEDELİ

- | | |
|-------------------------|-----------|
| 1 Dergi aboneliği..... | 12.000 TL |
| 2 Dergi aboneliği | 14.000 TL |
| 3 Dergi aboneliği | 15.000 TL |

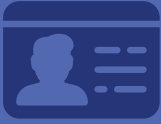
Erişim Medya Radyo Televizyon ve Dergi Yayıncılık A.Ş.'nin
Hesap IBAN
772 - 6298270 TL TR54 0006 2000 7720 0006 2982 70
Banka / Şube GAR/ CUMHURİYET CD/TAKSİM

Abonelik bilgilerinizi, ödeme dekontunuzla birlikte psm@psmmag.com adresine iletiniz.



fraud.com

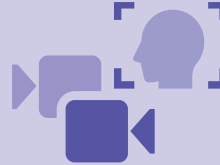
Güvenli Bankacılık için İhtiyacınız Olan Herşey



Kimlik
Tespiti



Uzaktan Müşteri
Edinimi



Video
KYC



E-KYC



Deepfake
Tespiti



İşlem
İzleme



Şüpheli İşlem
Tespiti



Operasyon
Yönetimi



Malware
Tespiti



Cihaz
Parmak İzi



Veri Sızıntısı
Tespiti



mastercard Partner



SİNOVASYON = Sinerji + İnovasyon

Finansın geleceğine yön verenler bu sahnede buluşuyor!



Finalistlerin Açıklanması

19 Kasım 2025

Ödül Töreni

9 Aralık 2025

İş Sanat Kültür Merkezi, Levent İstanbul

Ayrıntılı Bilgi

psmawards.com | psm@psmmag.com



PSM
AWARDS

#sinovasyon



Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com



Hızlı giden at çabuk yoruldu

Ödeme ve elektronik para kuruluşları cephesinde sular bir türlü durulmuyor. TMSF'ye devirler, faaliyet izin iptalleri ve geçici faaliyet durdurma furyası sürüyor. TCMB, geçen ay da Sipay, Vepara ve Fzypay'ın faaliyet izinlerini geçici olarak durdurdu...

Merkez Bankası'nın bir şirketin faaliyetini askıya alması, her zaman çok önemli bir olumsuzluk olarak algılanmamalı. Genelde ilgili şirkete belirli bir süre veriliyor; faaliyet durdurmaya gerekçe gösterilen eksiklik, sorun ya da uyumsuzluk giderildikten sonra yeniden izin verilebiliyor. Tıpkı ErpaPay örneğinde olduğu gibi...

Evet, TCMB son olarak Sipay, Vepara ve Fzypay ile ilgili; "6493 sayılı Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun"un 12'nci maddesinin birinci fıkrasının (b) ve (c) bentlerinde belirtilen ödeme hizmetleri ile 18'inci maddenin ikinci fıkrasında yer alan elektronik para ihracı hizmetine ilişkin faaliyet izinlerinin geçici olarak askıya alındığını duyurdu.

Daha önce de ParaQR, Parolapara, Payco ve PeP'in faaliyet izinleri 6493 sayılı kanunun 12'nci maddesinin aynı bentleri uyarınca geçici olarak durdurulmuştu. ininal, iPara, PayFix ve Papara'nın yönetimlerine de hatırlanacağı gibi TMSF (Tasaruf Mevduatı Sigorta Fonu) kayyum olarak atanmıştı. IQ Money, PayBull ve Paypole'un faa-

liyet izinleri ise TCMB tarafından iptal edildi. TCMB lisanslı PayU, iyzico'yu satın aldıktan sonra "iyzico" markasıyla yola devam kararı alınmıştı. Böylece PayU'nun faaliyet izni otomatik olarak sona erdi. Moka - United Payment birleşmesi sonrasında "Moka United" markası doğunca, Moka'nın da faaliyet izni sona erdirildi.

Fatura ödemelerinin dijital kaymasının etkisiyle daha önce Buradaöde, Misyon Ödeme ve Tam Fatura da kendi istekleriyle sektörden çekilmişti. Uluslararası para transferi şirketi Ria da anlaşılan pazardan umduğunu bulamadı ki o da lisansından kendi isteğiyle vazgeçti.

Bu kadar hızlı büyümenin bir yerde sektöre uğraması kaçınılmazdı. Sektörün önde gelen isimleriyle konuştuğumuzda, konsolidasyon ve eliminasyon beklentilerini sık sık dile getiriyorlardı. Ortaklık, birleşme, satın alma gibi doğal yollarla şirket sayısının azalması olumlu bir gelişme olarak yorumlanır. Yasa dışı faaliyetler nedeniyle el koyma, kapatma kararları ise maalesef sektöre güveni zedeliyor. Umarız bir daha böyle tatsız haberler vermeyiz. Keyifli okumalar.

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

İMTİYAZ SAHİBİ

Kayhan Öztürk
kozturk@psmmag.com

YAYIN YÖNETMENİ

Barış Bekar
bbekar@akilliyasamdergisi.com

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

EDITÖRLER

E. Esin Gedik

esin.gedik@gmail.com

Berrin Vildan Uyanık Bekar

buyanik@akilliyasamdergisi.com

Özlem Bayburs

obayburs@akilliyasamdergisi.com

REKLAM & REZERVASYON

bbekar@akilliyasamdergisi.com

GÖRSEL TASARIM

Yücel Asırlık

yucelasirlik@gmail.com

YAYINCI ŞİRKET

Şirket Ünvanı

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

BASKI

PLUSONE Basım Matbaa Ambalaj ve Reklam San. Tic. Ltd.
100. Yıl Mah. Massit Matbaacılar Sit. 3. Cadde No: 221
34204 Bağcılar / İstanbul 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 • KASIM 2025

- 6** Alternatif Bank ve Microsoft Türkiye'den engelsiz bankacılık için özel bir etkinlik
- 10** "Türkiye, finansal teknolojilerde küresel rekabetin yeni merkezi olacak"
- 16** 20 milyon kullanıcısıyla büyüyen Passo, dijital deneyimi yeniden tanımlıyor
- 20** "Sigorta sektöründe ödeme süreçleri, müşteri deneyiminin merkezi haline gelecek"
- 22** Mobil bankacılığı bir satış motoru olarak yeniden tasarlamak
- 24** Ödeal, yeni iş alanları ve yetenek kazanımlarıyla güçleniyor
- 26** 1 milyon kamyon ve tır şoförünün hayatını değiştirecek uygulama: Süper Yük



- 28** Veri mühendisleri, veri analistleri yetmedi, bir de yapay zekâ ajanları çıktı!

- 30** Hugin'den yeni nesil güç: S1 Android yazarkasa POS, GİB onayını aldı!

- 32** Alışveriş kredisi platformu Taksitlio, bir süper uygulamaya dönüşecek



- 34** Yapay zekâ etik ilkeleri

- 38** Görünmez gücü inşa etmek: Paywall'un fintek yolculuğu

- 42** Göçebe yollarından dijital raylara: Kazakistan'ın finansal devrimi



- 44** "Fintek bir insan olsaydı, mutlaka kadın olurdu!"

- 48** Yapay zekâ bankaların 170 milyar dolarını silebilir!

Ödeme Deneyiminde Yeni Bir Zirve: Propay P1000 ECR



Android 13
İşletim Sistemi



4G ve Wi-Fi ile Hızlı
ve Kesintisiz İletişim



5 inç HD Renkli
Dokunmatik Ekran



2.0 GHz CPU,
4 Çekirdek



Geniş Hafıza
3 GB RAM, 32 GB ROM



Yüksek Güvenlik
PCI PTS 6.x



Android
Yazar Kasa POS

**Propay
P1000 ECR**



Yenilikçi ve ileri
teknoloji ürünleriyle
40 yıldır ödeme
sistemlerinin öncüsü

propay
ödeme teknolojileri

0850 222 72 72

www.propay.com.tr



/propaytr

► Alternatif Bank ve Microsoft Türkiye'den engelsiz bankacılık için özel bir etkinlik

Toplumun tüm bireyleri için kapsayıcı ve erişilebilir bir bankacılık deneyimi sunma hedefiyle düzenlenen "Engelsiz Bankacılık Hackathon'u" sonuçlandı. Yarışmanın birincisi Proteus ekibi "One for All" projesiyle ödüle layık görüldü. Silent Link ekibi, "İşaret Diliyle Canlı Çevirme" projesiyle ikinci oldu. Subset takımı ise "Göz Takip Sistemiyle Bankacılık İşlemlerini Gerçekleştirme" projesiyle üçüncü sırada yer aldı.

Alternatif Bank Genel Müdürü Ozan Kırmızı, etkinlikle ilgili şu değerlendirmeyi yaptı: "Microsoft Türkiye ekibiyle hayata geçirdiğimiz Engelsiz Bankacılık Hackathon'u, bu alanda bir banka ve teknoloji şirketinin iş birliğiyle düzenlenen ilk etkinlik olma özelliğini taşıyor. Bu projeye yalnızca bir



yarışma düzenlemedik; aynı zamanda finans, teknoloji ve toplumsal faydanın kesişiminde yeni bir bakış açısı sunduk. Gençlerin üretkenliği, hayal gücü ve çözüm odaklı yaklaşımları geleceğe

dair umut verdi. İki gün boyunca genç arkadaşlarımız çok değerli projelere imza attı. Katkı sağlayan tüm ekipleri tebrik ediyor, sektörümüze ilham olmalarını diliyorum."

Papel ile ödemek için "bir bakışın yeter"

Papel, Türkiye'de yüz tanıma teknolojisini ödeme deneyimine entegre eden ilk elektronik para kuruluşu oldu. Türkiye Petrolleri iş birliğiyle hayata geçirilen bu hizmet, ilk aşamada istasyonlarda devreye alınacak. Önümüzdeki dönemde farklı iş ortaklıklarıyla yaygınlaştırılması planlanıyor.

Artık Papel kullanıcıları ödeme sırasında yalnızca kamerası bakarak yüzlerini tanıtabilecek ve PIN koduyla işlemlerini onaylayabilecek. Böylece ödemeler temassız, hızlı ve güvenli bir şekilde tamamlanacak.

Papel'in sunduğu biyometrik ödeme çözümü, yüz verileri cihaz kamerası üzerinden canlılık tespiti algoritmalarıyla analiz ediliyor, ham veri saklanmıyor ve yalnızca şifrelenmiş temsiller üzerinden doğrulama yapılıyor. Tüm süreç KVKK'ya uyumlu şekilde yürütülüyor. Papel Yönetim Kurulu Başkanı Av. Seyhan İbrahim Yıldırım, yeni uygulamayla ilgili şu bilgileri paylaştı: "Türkiye'de bu özelliği hayata geçiren ilk elektronik para şirketi olmaktan gurur duyuyoruz. Kullanıcılarımız için güvenliği en üst noktada tutarken, ödeme deneyimini de kolay ve hızlı hale getiriyoruz. 'Yüz ile Ödeme' yalnızca bir teknoloji entegrasyonu değil; kullanıcılarımızın günlük



yaşamında güven ve pratikliği bir araya getiren yeni bir davranış biçimi." Öte yandan Papel, pazarlama ve iletişim dünyasının saygın organizasyonlarından GIGI Awards 2025'te üç farklı kategoride ödül kazanmayı başardı. "Good Idea, Good Integration" motto-suyla yaratıcı fikirleri ve güçlü entegrasyonu ödüllendiren GIGI Awards'ta Papel,

lansman filminde elde ettiği etkileyici anlatımıyla "En İyi Kurgu", "En İyi Renk Tasarımı" ve "En İyi Görüntü Yönetmeni" kategorilerinde ödüle layık görüldü.

"La Casa Del Papel" dizisiyle tanınan Pedro Alonso'nun rol aldığı film, "aile" metaforunu merkeze alarak Papel'in "herkes için Papel" vizyonunu sinematik bir dille anlatıyor.





İşletme Kart'a
başvurmak için
QR kodu okutun.



İŞLETME KART HER KOBİYE ŞART!

DenizBank İşletme Kart'ınızı kullanın;
kredi kartı, nakit ve kredi işlemlerinizi
kolayca gerçekleştirin.



Ticari kredi kartı



Ticari kurtaran
hesap



Eşit taksitli ve
sezon ödemeli kredi ürünleri

denizbank.com | 0 850 222 0 800

ENBD

İlerisi Deniz

DenizBank

► Param, Takasbank'ın kitle fonlaması hizmeti için sanal POS sağlayıcısı oldu

Bütünleşik finans hizmetleri sunan Param, sermaye piyasalarının merkezi takas kuruluşu Takasbank ile kitle fonlama ekosistemini güçlendirecek bir iş birliğine imza attı. Bu kapsamda Param, Takasbank'ın "Kitle Fonlaması Emanet Yetkilisi" hizmetinde banka ve kredi kartlarıyla yapılan ödemeler için sanal POS altyapı sağlayıcılarından biri oldu. İş birliği kapsamında, kitle fonlama platformları üzerinden



proje yatırımı yapan bireysel ve kurumsal yatırımcılar, ödemelerini ParamPOS'un güvenli altyapısı üzerinden 7/24 kesintisiz şekilde yapabiliyor. Bu entegrasyon,

Türkiye'deki girişimcilik ekosisteminde kitle fonlamanın büyümesini destekleyip, yatırımcı deneyimini de en üst düzeye taşımayı amaçlıyor.

QPAY, Payten Fintech Suite ile sadece 7 haftada ödeme kuruluşu altyapısı kurulumunu tamamladı

Quick Sigorta'nın yüzde 100 iştiraki olarak kurulan yeni nesil ödeme kuruluşu QPAY, öncelikli olarak grup şirketlerinin dijital tahsilat süreçlerini dönüştürmek amacıyla, sektörün öncü altyapı çözümü Payten Fintech Suite'i tercih etti. Sadece 7 haftada hayata geçirilen projeye QPAY, şu yetkinliklere kavuştu:

■ **Kart saklama & Tekrarlayan ödemeler:** Müşteri kart bilgilerinin PCI DSS Level 1 uyumlu, yüksek güvenli altyapıda saklanması sayesinde planlanan dönemlerde otomatik tahsilatlar yapılabiliyor. Bu özellik, abonelik ve sigorta poliçesi gibi düzenli ödemelerde süreklilik sağlıyor.

■ **Split payment (Çoklu ödeme – Parçalı tahsilat):** Yüksek tutarlı işlemlerin birden fazla karta bölünerek tahsil edilmesine olanak tanıyor. Bu sayede özellikle sepet ortalaması yüksek sektörlerde müşteri erişimi artıyor, ödeme bariyerleri azalıyor.

■ **Alışveriş kredisi:** Kredi kartına alternatif taksitli ödeme yöntemlerinde en çok tercih edilen bu çözümle QPAY, müşterilerine finansmana erişim kolaylığı sunuyor. Kurumlar ise tahsilat süreçlerinde esneklik ve çeşitlilik kazanıyor.

■ **Doğrudan borçlandırma sistemi (DBS):** Kurumların bankalar üzerinden hızlı ve doğrudan tahsilat yapabilmesini mümkün kılarak nakit akışını güvence altına alıyor.

■ **Sigorta sektöründe mevzuata uygun tahsilat:** Sigorta ödemelerinde TCKN/VKN ve kartın ilk 8 - son 4 hanesiyle ödeme kabulü gibi doğrulama seçenekleri sayesinde, kurumsal senaryolarda güvenlik ve esneklik bir arada sunuluyor.

■ **Araç kiralamaya özel ön provizyon yönetimi:** Kiralama süresi boyunca doğabilecek ek maliyetlerin (trafik cezası, hasar gibi) tahsil edilmesi için provizyon tutarlarının etkin biçimde yönetilmesini mümkün kılıyor. Bu özellik, araç kiralama şirketleri için operasyonel riskleri minimize eden kritik bir fonksiyon olarak öne çıkıyor.



■ **Tarım kart entegrasyonu:** Tarımsal üretici ve tedarikçiler, tarım sektörüne özel kartlar ile tahsilat imkânından faydalanarak, farklı ödeme platformlarını tek adımda yönetebiliyor.

■ **Gelişmiş anti-fraud modülü:** Payten'in çok kanallı fraud çözümünün kullanımıyla, işlem başına düşen fraud riski minimize edilirken, kuruma operasyonel esneklik, maliyet avantajı ve yüksek doğrulukta güvenlik katmanı sağlanıyor.

KOMİSYONSUZ POS

Pos komisyonunu unutun.
Ertesi gün tahsilat fırsatı ile
POS sahibi olmak için
hemen Hoppa'ya
başvurun.

YILLIK AİDAT
YOK!

Ertesi
Gün
TAHSİLAT



Hoppaaaaaa dediğin anlarda

Hoppa yanında!

www.hoppa.com.tr

Hoppa bir Elekse A.Ş. markasıdır.

hoppa
Powered by Elekse

“Türkiye, finansal teknolojilerde küresel rekabetin yeni merkezi olacak”



Yusuf Ürey
Innovance
CEO'su

Innovance CEO'su Yusuf Ürey, dijital dönüşümün artık teknoloji yatırımı olmanın ötesinde bir kurum kültürü haline geldiğini düşünüyor. “Biz yalnızca teknoloji geliştirmiyoruz; finans, veri ve inovasyonun kesişiminde geleceğin dijital altyapısını inşa ediyoruz” diyen Ürey, Türkiye'nin, finansal teknolojilerde bölgesel bir güç olma yolunda ilerlediğini vurguluyor...

Innovance, Almanya'daki OYAK ANKER Bank dönüşümüyle globalde güçlü bir referans elde ederken, yapay zekâ, bulut ve super app çözümleriyle finansal teknolojilerde yeni standartlar oluşturuyor.

2024 yılının kendileri açısından bir dönüm noktası olduğunu söyleyen Innovance CEO'su Yusuf Ürey ile hem dijitalleşme sürecini hem de şirketin yeni hedeflerini konuştuk...

Dijital dönüşüm sürecinde bugün hangi evredeyiz? Önceki yıllardaki heyecan hâlâ devam ediyor mu?

Dijital dönüşüm artık yalnızca bir teknoloji yatırımı değil, kurumların iş stratejisinin merkezinde yer alan bir kültür haline geldi. Salgınla birlikte hız kazanan bu dönüşüm, bugün çok daha olgun, veriye dayalı ve sürdürülebilir bir noktaya ulaştı.

Önceki yıllardaki heyecan hâlâ sürüyor ama artık daha bilinçli, hedef odaklı ve stratejik bir yaklaşımla ilerliyoruz. Şirketler dijital dönüşümü sadece bir trend değil; müşteri deneyimini geliştiren, verimliliği artıran ve rekabet avantajı sağlayan bir yatırım olarak görüyor.

Innovance olarak biz bu dönüşümün tam merkezindeyiz. Teknoloji ile vizyonu birleştiriyor; kurumlara sadece teknoloji değil, stratejik rehberlik sunuyoruz. Müş-



terilerimizin dijital yolculuklarında güvenilir, yenilikçi ve sürdürülebilir bir iş ortağı olarak konumlanıyor; her adımda uzun vadeli değer yaratıyoruz.

“FİNANS, ÖDEME SİSTEMLERİ VE E-TİCARET DÖNÜŞÜMÜN ÖNCÜSÜ”

Şu anda dönüşüm hızının en yüksek olduğu sektörler hangileri, hangileri geride kaldı?

Dijital dönüşümün en hızlı ilerlediği alanların başında finans, ödeme sistemleri ve e-ticaret geliyor. Müşteri beklentilerinin hızla değişmesi ve regülasyonların dijitalleşmeyi teşvik etmesi, bu sektörleri dönüşümün öncüsü haline getirdi. Özellikle finansal teknolojilerde, açık bankacılıktan yapay zekâ destekli süreçlere kadar önemli bir olgunluk dönemi yaşıyor.

Bununla birlikte kamu ve geleneksel sektörlerde de son yıllarda dikkat çekici bir ivme var. Veri yönetimi, otomasyon ve bulut teknolojilerine yapılan yatırımlar bu alanlardaki dönüşümü hızlandırıyor.

Innovance olarak her sektörün dönüşüm yolculuğunun farklı dinamiklere sahip olduğunu biliyoruz. Bu nedenle kurumların stratejik önceliklerine, regülasyonlara ve müşteri beklentilerine uygun, ölçeklenebilir çözümler geliştiriyoruz. Amacımız yalnızca teknolojik altyapı kurmak değil; kurumların iş modellerini yeniden şekillendirebilecek, sürdürülebilir büyümeyi destekleyecek dijital ekosistemler yaratmak.

Teknoloji tercihlerinde son 2-3 yılda nasıl bir değişim gördünüz?

Son birkaç yılda kurumların teknoloji tercihlerinde büyük bir paradigma değişimi yaşandı. Artık öncelik yalnızca dijitalleşmek değil; akıllı, esnek ve entegre sistemler kurmak yönünde.

Bulut teknolojileri ölçeklenebilirlik ve hız avantajı sayesinde neredeyse tüm sektörlerde standart haline geldi. Yapay zekâ ve makine öğrenimi, karar alma sü-

innovance

reçlerinden müşteri deneyimine kadar her aşamanın merkezinde yer alıyor.

Innovance olarak biz de bu dönüşümün kalbindeyiz. Çözüm mimarilerimizi bulut tabanlı, modüler ve entegrasyona açık yapılar üzerine kuruyor; yapay zekâ destekli süreçlerle kurumların verimliliğini ve müşteri deneyimini güçlendiriyoruz. Ayrıca blokzinciri ve dijital kimlik teknolojilerindeki gelişmeleri yakından takip ederek finansal hizmetlerde güven ve şeffaflık odağında yenilikçi projeler geliştiriyoruz.

“OPERASYONEL VERİMLİLİĞİMİZ ARTTI”

2024 ve 2025'in ilk yarısını nasıl değerlendirirsiniz? Hedefleriniz ne ölçüde gerçekleşti?

2024 bizim için önemli bir dönüm noktasıydı. Grup yapımızı kurarak markalarımızı daha entegre, verimli ve çevik hale getirdik. Bu yapılanma operasyonel verimliliğimizi artırdı, inovasyon gücümüzü pekiştirdi ve kurum içi sinerjiyi güçlendirdi.

Aynı zamanda yönetim yapımızı da stratejik olarak şekillendirdik. Alanlarında lider ve vizyoner isimlerin katılımıyla yönetim kurulumuz daha da güçlendi. Bu gelişme hem yurt içi hem de yurt dışı büyüme hedeflerimizi destekleyen sağlam bir yönetim modeli oluşturmamıza imkân sağladı.

Uluslararası alanda da önemli bir ivme yakaladık. Almanya'daki OYAK ANKER Bank dijital dönüşüm projemizi başarıyla tamamladık. Avrupa'daki diğer projelerimiz planladığımız şekilde ilerliyor. Bu başarılar, Innovance markasının uluslararası bilinirliğini ve güvenilirliğini ciddi biçimde artırdı.





Bugün geldiğimiz noktada, güçlü yönetim kurulumuz ve deneyimli ekibimizle birlikte yalnızca büyüyen değil; stratejik olarak güçlenen, global ölçekte yön veren bir teknoloji grubuyuz.

UÇTAN UCA FİNTEK ÇÖZÜMLERİ

Finansal teknoloji, açık bankacılık, servis bankacılığı alanlarına yönelik ürünleriniz nelerdir? Kime hizmet veriyorsunuz?

Finansal teknolojilerin geleceğini şekillendiren uçtan uca çözümler geliştiriyoruz. Bankalardan finteklere, ödeme kuruluşlarından yatırım platformlarına kadar geniş bir müşteri portföyüne hizmet veriyoruz. Açık bankacılık ve servis bankacılığı alanındaki uzmanlığımızla kurumların sistemlerini daha esnek, güvenli ve entegre hale getiriyoruz.

- “Şimdi al, sonra öde (BNPL) çözümlerimiz finansal kurumlara müşteri sadakati kazandırırken, Know Your Customer teknolojilerimiz kimlik doğrulama süreçlerini tamamen dijitalleştirerek güvenliği artırıyor.



- Dijital cüzdan çözümlerimiz, kullanıcıların farklı ödeme yöntemlerini tek bir noktadan yönetebildiği, kişiselleştirilmiş ve güvenli finansal deneyimler sunuyor.
- Ana bankacılık ürünlerimiz, modüler mimarisiyle kurumlara çeviklik ve ölçeklenebilirlik kazandırıyor; hesap, kredi, yatırım, mevduat ve kart yönetimi gibi temel bankacılık süreçlerini modernleştiriyor.
- Dijital bankacılık platformumuz, kullanıcı deneyimini merkeze alarak onboarding’den işlem yönetimine kadar uçtan uca bir müşteri yolculuğu sunuyor.
- Yatırım teknolojileri ürünümüz, yüksek hacimli işlemlerde hız, doğruluk ve güvenliği bir araya getiriyor hem bireysel yatırımcı hem de aracı kurum tarafında dijital dönüşümü hızlandırıyor.
- Veri odaklı çözümlerimiz de bu yapının önemli bir parçası. Geliştirdiğimiz veri yönetimi ve operasyon platformları, büyük hacimli finansal verilerin yüksek doğrulukla işlenmesini, optimize edilmesini ve raporlanmasını sağlıyor. Bunun yanı sıra yapay zekâ destekli yeni nesil ürünlerimizle operasyonel verimliliği yeniden tanımlıyoruz.
- On-prem AI Code Assistant çözümümüz mühendislik ekiplerinin kod yazma ve gözden geçirme süreçlerini hızlandırırken, kod kalitesinin artırılmasına da katkı sağlıyor.
- Legal Document Classifier teknolojimiz, kurumlara yasal dokümanları otomatik analiz edip sınıflandırma imkânı tanıyor.
- Yeni geliştirdiğimiz Innovance HR Assistant uygulamamız ise şirket içinde insan kaynakları süreçlerinde yönlendirmeleri kolaylaştırarak operasyonel verimliliği daha da artırıyor.

“*Innovance’ın ürün ekosistemi, uçtan uca dijital dönüşüm vizyonumuzun somut bir yansıması. Yalnızca teknoloji geliştirmiyor; finans, veri ve inovasyonun kesişiminde geleceğin dijital altyapısını inşa ediyoruz. Bu yaklaşımın bir uzantısı olarak, farklı finansal hizmetleri tek bir çatı altında toplayan super app mimarileriyle kurumlara entegre ve bütünsel dijital deneyimler kazandırıyoruz.*”

“OYAK ANKER, GLOBAL DÖNÜŞÜM MODELİ OLDU”

Almanya’daki OYAK ANKER dönüşüm projesi özelinde zorluklar, başarı faktörleri ve yerel adaptasyon stratejiniz nasıl şekillendi?

OYAK ANKER Bank dijital dönüşüm projesi, bizim için yalnızca teknik bir başarı değil, aynı zamanda kültürel uyumun da güçlü bir örneği. Avrupa pazarında yürüttüğümüz bu ölçekli proje, Innovance’ın global yetkinliğini kanıtlayan stratejik bir kilometre taşı oldu. Almanya pazarı yüksek regülasyon standartlarına ve

kullanıcı deneyimi beklentilerine sahip. Biz bu durumu bir zorluk değil, kalite çıkartma fırsatı olarak gördük. Yerel regülasyonlara tam uyum sağlarken aynı zamanda kullanıcı deneyimini sade, güvenli ve erişilebilir hale getirmek temel önceliğimizdi.

Başarının ardındaki en kritik unsur, Innovance ekibinin çevik kültürü ve güçlü koordinasyonuydu. İstanbul, Ankara ve Almanya ekiplerimiz tek bir organizma gibi çalıştı. Bu sinerji sayesinde modern, güvenli ve kullanıcı odaklı bir dijital bankacılık altyapısını planladığımız takvimde hayata geçirdik.

“ **OYAK ANKER Bank projesi, yalnızca Almanya’daki müşteriler için değil; Avrupa’daki finansal kurumlar için de ‘yerel dinamiklere uygun global dijitalleşme’ modelinin örneği olarak öne çıkıyor.** ”

Grup şirketlerinizin rolü nedir? Bu yapı size nasıl avantaj sağlıyor?

Grup yapımız, Innovance’ın büyüme yolculuğunda attığı en stratejik adımlardan biri oldu. Dataspecta, Fintecia, LocalUs, Servicium ve Fiks Bilişim, kendi alanlarında uzmanlaşmış markalar olarak ortak bir vizyonla hareket ediyor.

- Dataspecta büyük veri ve yapay zekâ çözümleriyle kurumlara hız ve içgörü kazandırıyor.
 - Fintecia, finansal kurumların altyapılarını yeniden tanımlayan çözümleriyle güven ve sürdürülebilirliğin teminatı oluyor.
 - LocalUs, veri operasyonlarında verimlilik sağlarken, Servicium yatırım teknolojilerinde doğruluk ve hız sunuyor.
 - Fiks Bilişim ise SAP dönüşümlerinde derin uzmanlığıyla kurumlara stratejik katkı sağlıyor.
- Bu sinerjik yapı sayesinde müşterilerimize entegre, ölçeklenebilir ve sürdürülebilir çözümler sunuyoruz. Grup yapımız bizim için yalnızca bir organizasyon modeli değil; daha büyük bir inovasyon ekosisteminin temel taşı.

“ **Grubumuz bünyesindeki Dataspecta, Fintecia, LocalUs, Servicium ve Fiks Bilişim, kendi alanlarında uzmanlaşmış markalar olarak ortak bir vizyonla hareket ediyor.** ”

ÜRÜNLEŞME VE GLOBALLEŞME DÖNEMİNE GEÇİŞ

Biraz da gelecek vizyonunuzdan bahsedelim isterseniz. Ürün-hizmet geliştirme, globalleşme, teknoloji stratejiniz hakkında bilgi verebilir misiniz?

2025-2030 dönemini, Innovance’ın global arenada daha da güçlendiği, ürünleşme ve uluslararası büyüme stratejileriyle olgunlaştığı bir dönem olarak görüyoruz.



Finansal teknolojiler alanındaki deneyimimizi ölçeklenebilir ve ihracata uygun ürün portföyüne dönüştürüyoruz. Açık bankacılık, servis bankacılığı, BNPL, KYC, e-cüzdan wallet ve super app çözümlerimiz kurumlara uçtan uca dijital dönüşüm gücü kazandırıyor. Yapay zekâyı iş yapış biçimimizin merkezine yerleştiriyoruz. LLM tabanlı akıllı asistanlar, otomatik test senaryoları ve belge okuma sistemleri hem müşterilerimizin hem de ekiplerimizin verimliliğini artırıyor. Almanya’daki başarılarımızın ardından Orta Doğu ve Türk Cumhuriyetleri başta olmak üzere yeni pazarlarda güçlü yerel ortaklıklarla büyümeyi hedefliyoruz. Grup yapımızın sağladığı sinerji ve yönetim kurulumuzun vizyoner bakışıyla Innovance, teknolojiyi yalnızca takip eden değil; yön veren küresel bir marka olma hedefiyle ilerliyor.

Türkiye yazılım hizmet ihracatında Innovance’ın konumu ve rekabet avantajınız nedir?

Türkiye’nin yazılım ihracatında yükselen oyuncularından biri olarak Innovance, uçtan uca dijital dönüşüm ortağı kimliğiyle öne çıkıyor. Bir finans kurumunun dijital yolculuğunun her aşamasını yani altyapıdan uygulamaya, kullanıcı deneyiminden regülasyon uyumuna kadar tamamen Innovance çatısı altında gerçekleştirebiliyoruz.



Bu bütüncül yapı, müşterilerimize hem zaman hem maliyet açısından önemli avantaj sağlıyor. Avrupa regülasyonlarına tam uyumlu mimarimiz ve esnek ürün yapımız sayesinde yalnızca proje bazlı hizmet değil, ürün ihracatı da yapabiliyoruz. Kısacası Innovance, Türkiye'nin finansal teknoloji ihracatında global ölçekte rekabet edebilen az sayıdaki markadan biri konumuna ulaştı.

“Avrupa regülasyonlarına tam uyumlu mimarimiz ve esnek ürün yapımız sayesinde yalnızca proje bazlı hizmet değil, ürün ihracatı da yapabiliyoruz.”

“HIZLI BÜYÜME SÜRECİ GERİDE KALDI”

Yusuf Ürey, Türkiye’de fintek ekosisteminin artık hızlı büyüme dönemini geride bıraktığını düşünüyor. “Önümüzde daha seçici, daha sürdürülebilir bir dönem var. Bu süreçte bazı şirketler birleşecek, bazıları yeni alanlara evrilecek, bazıları ise doğal bir eleme sürecinden geçecek” diyor. Innovance olarak bu evrimi erken öngördüklerini belirten Ürey, şöyle ekliyor: “Güçlü iş birlikleriyle sektöre yön veren bir teknoloji sağlayıcısıyız. Amacımız yalnızca ayakta kalmak değil; sektörün geleceğini şekillendiren oyunculardan biri olmak.”



Şirket kültürü, adaptasyon ve esneklik değerlerini somut kararlarınıza nasıl yansıtıyorsunuz?

Büyümemizin en büyük nedeni yalnızca teknolojik gücümüz değil, aynı zamanda kültürümüzün çevikliği. Adaptasyon ve esneklik, bizim için birer değer olmanın ötesinde, karar alma biçimimizin temelini oluşturuyor. Grup yapımızı oluştururken ve ekiplerimizi büyütürken bu kültürü korumaya özen gösterdik. Farklı markalarımız aynı vizyon doğrultusunda, ancak kendi uzmanlık alanlarında özgürce hareket ediyor. Yapay zekâyı yalnızca ürünlerimize değil, süreçlerimizin merkezine de yerleştirdik. Kodlama, test ve proje yönetimi gibi alanlarda LLM tabanlı araçlar kullanarak ekiplerimizin hızını ve doğruluğunu artırıyoruz. Bizim için adaptasyon, yalnızca değişime yanıt vermek değil; değişimi öngörmek ve yönlendirmek. Innovance’ta dönüşüm tepkiyle değil, vizyonla yönetilir.

Geçmişte aldığınız yatırım ya da ortaklık teklifleri oldu mu? Satın almaya sıcak yaklaşır mısınız?

Innovance, son yıllarda güçlü büyüme performansı ve güvenilir marka konumuyla farklı yatırım ve ortaklık teklifleri aldı. 2021 yılında finans sektörünün önde gelen portföy şirketlerinden birinin stratejik yatırımıyla grubumuzun büyüme yolculuğu yeni bir evreye taşındı. Bu yatırım, vizyonumuzu güçlendiren, bilgi birikimi ve uluslararası deneyimiyle bizi bir adım öteye taşıyan stratejik bir ortaklık oldu. Bizim için öncelikli olan, sürdürülebilir büyümemizi destekleyecek ve uzun vadeli değer yaratacak doğru stratejik iş birlikleriyle ilerlemek. Innovance, kısa vadeli kazançlardan ziyade kalıcı değer üretmeyi hedefleyen, global ölçekte güvenilir bir teknoloji grubu olarak yoluna devam ediyor.

“RİSK YÖNETİMİNİ FIRSATA ÇEVİRİYORUZ”

Uluslararası projelerde dışsal riskler fazlaca yaşanıyor.

Siz bu süreci nasıl yönetiyorsunuz?

Global ölçekte iş yaparken risk yönetimi stratejik planlamanın ayrılmaz bir parçası. Biz bu süreci yalnızca riskten korunma olarak değil, sürdürülebilir büyümeyi güvence altına alma stratejisi olarak ele alıyoruz. Güçlü yönetim yapımız ki son dönemde aramıza katılan deneyimli yönetim kurulu üyeleriyle bu yapı daha da güçlendi, bize finansal ve regülasyonel riskleri erken aşamada öngörme kabiliyeti kazandırdı. Her pazarda yerel regülasyonlara hâkim ekiplerle çalışıyor; global standartlarla yerel uyum arasında doğru dengeyi kuruyoruz. Döviz ve operasyonel riskleri çeşitlendirilmiş gelir yapımızla yönetiyor hem hizmet hem ürün ihracatıyla sürdürülebilirliği garanti altına alıyoruz. Kısacası, güçlü yönetim modelimiz ve çevik organizasyon kültürümüz sayesinde riskleri yalnızca yönetmiyor, fırsata dönüştürüyoruz. ☺



Moka United

Türkiye'den Doğan Küresel Fintek

Türkiye'den dünya sahnesine çıkan bir fintek markası olmanın gücüyle, **uluslararası pazarlarda çözümlerimizi aynı kalitede sunmaya devam ediyoruz.**

Güçlü ekosistem

Geniş ürün yelpazesi

Uluslararası ağ

İnovasyon odaklı yaklaşım

İngiltere

Almanya

Gürcistan

Özbekistan

Azerbaycan

www.mokaunited.com



@mokaunited



20 milyon kullanıcısıyla büyüyen **PASSO**, dijital deneyimi yeniden tanımlıyor



Atıl Aykar
Passo / E-Kent
Genel Müdürü

Futbolun dijital yüzü olarak doğan Passo, bugün sadece etkinlik biletleme platformu değil; konserden ulaşım, alışverişten kampanyalara kadar uzanan çok yönlü bir dijital çözüm merkezi. Kendi yolunda büyüyen marka, 20 milyon kullanıcısıyla her geçen gün daha da güçleniyor. Yenilenen Passo, genişleyen hizmet yelpazesıyla sporun, eğlencenin ve kentsel yaşamın buluşma noktası haline geliyor...

E-Kent'in teknoloji mirası üzerinde yükselen Passo, bugün yalnızca bir biletleme uygulaması değil; spor, kültür-sanat ve alışveriş deneyimini birleştiren bir süper uygulama haline geliyor.

Passo / E-Kent Genel Müdürü Atıl Aykar, markanın dönüşüm yolculuğunu, yeni hizmetlerini ve global hedeflerini PSM'ye anlatıyor...

Passo, yaklaşık 10 yıl E-Kent bünyesinde faaliyetlerini sürdürürken 2024 yılında ayrı bir şirket haline geldi. Şirketleşme kararı almanızın nedenleri nelerdir ve şirketleştikten sonra nasıl bir gelişim yaşandı?

Passo'nun uzun yıllar E-Kent'in çatısı altında sürdürdüğü biletleme ve taraftar kart sistemi, zaman içinde futbolun çok ötesine uzanan bir kullanıcı deneyimi vizyonunu barındıracak şekilde evrimleşti. Bu çerçevede aldığımız stratejik kararlar Passo, organizasyonel kararlarda daha çevik hareket edebilme ve özelleşmiş kaynak ayırabilme yetisi kazandı. Atılan bu adım, aynı zamanda markalaşma yolculuğunda da bize yeniliklerle birlikte geldi. Passo'yu bir çatı marka olarak konumlayarak; etkinlik ve Passo Taraftar kimliğiyle futbol deneyiminin yanı sıra artık e-ticaret deneyimini de kapsayan, kullanıcılarının uygulama içerisindeki ihtiyaçlarına odaklı olarak sürekli gelişen bir platforma dönüştürdük. Markamızı bu rotada dönüştürürken organizasyonumuzu da yeni yetkinliklerle donattık, yaklaşık 1 yıldır önemli bir dönüşüm sürecinden geçirdik.

Hayata geçirdiğimiz bu çalışmaların ardından sergilediğimiz performans, her dikeyde doğru bir strateji uyguladığımızı kanıtıyor. Passo Taraftar alt markamızla 2025-26 futbol sezonunda yine Trendyol Süper Lig'de dört büyüklerin de yer aldığı 26 kulüple çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Ayrıca uygulamaya eklenen özellikler ve ürünlerle birlikte deneyimimizi yalnızca futbol ve etkinlik ile sınırlandırmıyor, artık alışveriş, yeme-içme gibi müşteri yolculuğunun farklı adımlarında da her zaman kullanıcılarımızın yanında oluyoruz. Kullanıcılarımıza her adımda kulak vererek yürüttüğümüz bu çalışmalar sonucunda Passo'nun yükselen ivmesi ve indirilme sayısının artışı bize daha ilerisi için motivasyon sağlıyor.

FUTBOLDAN FESTİVALLERE, ŞEHRİN RİTMİNİ YAKALAYAN DENEYİM

Passo, futbol maç biletleriyle hizmet vermeye başladı. Bugün geldiğiniz noktada futbol maçları dışında hangi alanlarda hizmet veriyorsunuz?

Passo ile yola çıkışımız futbol müsabakalarına girişle olsa da hizmetlerimiz çok daha geniş bir yelpazede kullanıcılarımıza dokunuyor. Bildiğiniz gibi Passo, zaten uzun zamandır futbolun çok ötesine geçen bir biletleme deneyimi sunuyor. Passo kullanıcıları hem Passo Taraftar ile futbol maçlarına giriş yapabiliyor,

PASSO

hem de Passo'dan satışa sunduğumuz konser, festival ve tiyatro etkinliklerine bilet alabiliyor. Futbolun yanı sıra Türkiye Basketbol Federasyonu kapsamındaki karşılaşmaların da biletleme süreçlerini yürütüyoruz. Böylece farklı branşlarda da etkinlik yönetimi konusundaki uzmanlığımızı genişletmiş oluyoruz.

Passo içerisinde farklı müşteri segmentlerini karşılıyor, beklenti ve tercihlere göre her kesimi kapsayacak bir hizmet anlayışı sürdürüyoruz. Son dönemde, bu farklı müşteri segmentlerinin ortak ihtiyaçlarından yola çıkarak uygulamamızı daha ileriye götürmek ve bu trafiği daha iyi besleyecek yeni iş stratejileri geliştirmek için çalışmalarımızı yoğunlaştırdık. Burada bizim için en önemli gelişme yeni eklediğimiz e-ticaret dikeyimiz Passo Dükkan...

E-ticaret kapsamında, yeme-içme teklifleri ve şans oyunlarıyla daha bütünsel bir müşteri deneyimi sunarak, kullanıcılarımıza yenilikçi ve yerinde teklifler üreten bir yaklaşım izliyoruz. Örneğin, biletini satın alan futbolsevere izleyeceği takıma ait formayı da sepete eklemeyi önerebiliyor, ardından bu deneyimini tamamlayacak yemek indirim kuponu teklif edebiliyoruz.

Tabii e-ticaret dikeyimizi sadece futbolseverler özelinde değil, Passo içerisindeki tüm segmentlere hitap edecek biçimde şekillendiriyoruz. Elektronik, spor, cep telefonu, oyun, giyim gibi birçok kategoride binlerce ürünü avantajlı fiyatlar ve kolay satın alma süreçleriyle müşterilerimizle buluşturuyoruz.

Ayrıca sektörde bir ilk niteliğindeki "Keyfe Keder Bilet İade Güvencesi" gibi kullanıcılarımızın hayatını kolaylaştıracak birçok enstrümanı da müşterilerimize sunabiliyoruz. Bu güvence sayesinde kullanıcılarımız, herhangi bir sebep belirtmeksizin, etkinliğe son 24 saate kadar bilet bedelinin yüzde 90'ını geri alabiliyor. Bu özellik, etkinlik kararını esnek biçimde yönetmek isteyen kullanıcılar için büyük bir güven ve rahatlık sağlıyor.

TRİBÜNDEN HAYATA UZANAN DİJİTAL DENEYİM

Aktif Passo kullanıcı sayısı hakkında bilgi verir misiniz? Bu kullanıcıların ne kadarı taraftar kart, ne kadarı diğer etkinliklerin kullanıcısı?

Türkiye'nin en büyük finansal teknolojiler ekosistemi olan Aktif Bank'ın en güçlü markalarından Passo, bugün 20 milyonun üzerinde kullanıcının cebinde. Uygulama 11 yıl önce yoluna salt bir futbol biletleme uygulaması olarak başladıktan, futbol taraftarı kitlenin yoğunluğu elbette sürüyor. Ancak etkinlikteki gücümüz ve kapsama alanımız



artıkça etkinlik müşteri sayımızın da özellikle son 3 yıldır ciddi bir ivme gösterdiğini ve içerideki müşteri trafiğinin dengelenmeye başladığını görüyoruz.

Kullanıcılarımızın 3'te 1'i konser, tiyatro, festival gibi etkinliklerde aktif olan "salt etkinlik takipçisi" profiline karşılık geliyor. Elbette futbol ve etkinlik dünyasının kesiştiği bir kullanıcı kitlesi de mevcut. Passo kullanıcılarının her gün büyüyen parçası da hem futbol heyecanını tribünde yaşıyor hem de kültür-sanat ve eğlence dünyasının parçası oluyor.

Bu keşişim, Passo'nun yalnızca bir biletleme platformu değil, şehrin ritmini, enerjisini ve deneyimini aynı dijital çatı altında birleştiren yaşayan bir ekosistem haline geldiğinin en somut göstergesi. Passo, taraftarın coşkusuyla müzikseverin enerjisini, tiyatro izleyicisinin merakını aynı mobil evrende buluşturuyor; popüler kültürün bayrağını taşıyarak futbolun kalbinden kültürün merkezine uzanan bir deneyim haritası çiziyor. Ve bugün artık yeni Passo ile bu deneyimin çok daha ötesini vadediyoruz. Artık etkinlik ve futbolun yanı sıra e-ticaret alanındaki büyümeyi de takip edeceğimiz heyecan verici bir döneme girdik.

NFT BİLET UYGULAMASI GELİYOR

Yenilenen Passo'yu geliştirmeye devam ediyor musunuz? Ek olarak hangi hizmetler, alanlar eklenecek?

Yenilenen Passo'nun dönüşüm yolculuğu aslında hiç durmuyor. Biz bu süreci "canlı bir ekosistemin evrimi" olarak görüyoruz. Passo'nun dönüşüm hikayesi, taraftar odaklı bir uygulamanın çok daha geniş bir gündelik yaşam katmanına yayılması anlamına geliyor. Bu yayılımın güçlenmesi için işimizin merkezine

konumlandığımız Aktif Bank ekosisteminin teknolojik kaslarından faydalıyoruz. Ancak bu elbette sadece teknolojik gücümüzle doğru orantılı bir çalışma değil; 75 şehirde yürüttüğümüz operasyonlar ve 800'ü aşkın organizatörle gerçekleştirdiğimiz iş birlikleri, Passo'nun yalnızca futbol maçlarında değil, tüm etkinliklerde ziyaretçileri karşılamasını sağlıyor.

Bir etkinlik uygulaması olarak başlayan ve bugün Türkiye'nin önde gelen eğlence ve deneyim uygulamasına dönüşen Passo'da, kullanıcılarımızın günlük yaşamına değer katacak yeni modüller üzerinde çalışmaya devam ediyoruz.

Bu kapsamda, e-ticaret platformunu başlattık. Çok yakında sadakat (loyalty) programları da uygulamaya dahil olacak. Ayrıca kullanıcıların finansal ihtiyaçlarına yanıt verecek çözümler, mekân içi hizmet modülleri, ulaşım entegrasyonları ve kişiselleştirilmiş teklif sistemleriyle deneyimi çok daha kapsayıcı bir hale getiriyoruz. Passo'yu sürekli geliştirerek müşterilerimizin alışveriş deneyimini daha da iyileştirmek arzusundayız.

Bu vizyoner yaklaşımımızla Passo'yu sadece bir "etkinlik günü uygulaması" olmaktan çıkarıp; kullanıcıların hayatına etkinlik öncesi ve sonrası da dokunmayı başaran, dijital dünyanın kolaylıklarını kullanıcılarına "yerinde" ve tek çatı altında sunan bir yaşam platformuna dönüştürmeyi amaçlıyoruz.

Aynı zamanda, Türkiye'de bir ilk olacak NFT bilet uygulamamız ve güvenli ikinci el bilet satış sistemimiz gibi yeniliklerle sektörde yeni standartlar belirlemeye hazırlanıyoruz. NFT biletler yalnızca gelişmiş bir güvenlik katmanı sunmakla kalmıyor, aynı zamanda kullanıcılar için duygusal bir değer de yaratıyor. Aldıkları her bilet, birer hatıraya dönüşerek, etkinliğe ait anıları dijital ortamda kalıcı hale getiriyor. Bu özellik, Passo'nun dijitalleşme vizyonunun kullanıcı deneyimine dokunan en yenilikçi örneklerinden biri. Bu hizmeti de en kısa sürede devreye almak için yoğun çalışmalarımız sürüyor.

"SUPER APP YOLCULUĞUMUZA KULLANICILAR REHBERLİK ETTİ"

Passo'yu bir süper uygulamaya (super app) dönüştüren bu gelişim yolculuğunda belirleyici adımlar neler oldu? Yeni fonksiyonları eklerken önceliklerinizi nasıl belirlediniz?

Aslında yeni Passo'nun kendisi başlı başına müşterilerimizin sesini dinlediğimiz için var olmuş bir proje. Her şey, rutin olarak yaptığımız memnuniyet ve deneyim anketlerinde fark ettiğimiz küçük ama anlamlı bir sinyallerle başladı. Dijitalleşmenin derinleşmesiyle artık kullanıcılar dijital platformların onlara akıllı teklifler sunmasına, platformdan çıkmasına gerek olmadan farklı çözümleri bir araya getirerek hizmet vermesine alıştı ve bu kolaylığı sık kullandığı uygulamalarda arar hale geldi. Biz de zaman içinde kullanıcılarımızın bizden sadece bir biletleme deneyimi değil, hayatlarının farklı anlarında da yanlarında olabilecek bir dijital akıl beklediklerini gördük. Bu yeni beklenti bizi çok derin bir keşif sürecine yöneltti.



Önce Passo kullanıcılarını daha iyi tanımak için persona çalışmaları ve detaylı müşteri yolculuğu haritaları oluşturduk. Deneyimi üç ana evreye böldük: Etkinlik öncesi, etkinlik günü ve etkinlik sonrası. Her evrede müşterilerimizin ne hissettiğini, mevcudun daha ötesinde ne beklediğini anlamaya çalıştık. Sonra bu içgörülerini ürün ekibinden UX araştırmacılarına, teknolojiye pazarlamaya kadar herkesin konuştuğu ortak bir dile dönüştürdük.

Onların hikâyelerinden öğrendiklerimizle yeni tasarımlara başladık; prototipleri gerçek kullanıcılarla denedik, her adımda onların geri bildirimleriyle şekillendik. Müşterilerimizin yorumlarıyla devreye aldığımız ya da planımızdan çıkardığımız yeni hizmet alanları oldu. Teknoloji tarafında ise tüm bu öğrenmeyi destekleyen güçlü bir altyapı inşa ettik. Bulut tabanlı sistemler, veri analitiği ve yapay zekâ entegrasyonları sayesinde kullanıcılarımızı dinleyen, anlayan ve zamanla kendini optimize eden bir platforma dönüştük. Bu süreçte en önem verdiğimiz temel nokta ise DNA'mızı kaybetmemek ve aslında omurgamızda bir etkinlik biletleme fonksiyonunun olduğunu hep akılda tutmak oldu. Etkinliği çekirdeğe alarak bu deneyimi zenginleştirecek, bu trafik içerisindeki bireylerin hayatlarını kolaylaştıracaklar çözümler üretmeye özen gösterdik. Bugün uygulama içerisindeki ürünlerin küresel rasyonunu da hep bu gözle yapıyoruz.

Bu süre zarfında marka amacımızı, yeni konumlandırmamızı keskinleştirdik ve yeni Passo'yu kitlelere tanıttık lansman kampanyamızı da hazırladık. Reklam kampanyamız kasım ayı içerisinde tüketicilerimizle buluşacak ve inanıyoruz ki markamıza yeni bir ivme kazandıracak.

Passo'nun bu yeni dönem yolculuğunda iş birlikleri yapacak mısınız? Evetse ayrıntılarını paylaşabilir misiniz?

Etkinlik ve eğlence sektöründeki güçlü konumumuz yaptığımız iş birliklerinin gücünden geliyordu. Futbol tarafında 4 büyükler dahil 26 kulüp ile anlaşmamız, etkinlik tarafında Zorlu PSM, İKSV'nin temel paydaşı olarak konumlanmamız ve birçok prodüksiyon firması ile süregelen iş ilişkilerimiz bugün Passo'nun lider konumuna ulaşmamızın mimarları.



Yeni stratejimiz Passo'yu müşterilerimizin günlük hayatına dokunan ürün ve hizmetlerle zenginleştirmek üzerine kurulu. Bu stratejik hedef doğrultusunda, müşterilerimizin yaşam döngüsüne tümüyle entegre olan bir uygulama olma yolunda ilerliyoruz ve yeni iş birliklerimiz yine bu yolculuğun temel taşlarından birini oluşturacak.

Merkezimizde; elektronik, kişisel bakım, aksesuar, futbol kulüplerinin resmi ürünleri, spor ve hobi gibi alanlar yer alıyor. Bu kategorilerde sunduğumuz ürün ve hizmet yelpazesini genişletmek amacıyla, sektörünün önde gelen ve vizyonumuza uygun markalarla iş birliği yapmayı önceliklendiriyoruz.

İş birliği yapacağımız markaları seçerken en önemli kriterlerimiz; üstün müşteri deneyimi sunma yetkinliği ve güvenilirlik oluyor. Bu sayede, platformumuz üzerinden sunulan her yeni ürün ve hizmetin, mevcut yüksek standartlarımızı koruyarak müşterilerimize değer katmasını amaçlıyoruz. Gelecek iş birliklerimiz; sadece ürün çeşitliliğimizi artırmakla kalmayacak, aynı zamanda müşterilerimizin hayatını kolaylaştıran, onlara özel ve entegre çözümler sunan bir ekosistem yaratmamıza olanak tanıyacak.

"ALMANYA'DA DA HİZMET VERMEYE BAŞLADIK"

E-Kent EUROPE

Atıl Aykar, Passo'yu yurt dışına açma çalışmalarıyla ilgili de şu bilgileri paylaşıyor:

"Aktif Bank finansal teknolojiler ekosisteminin üyeleri globalleşme yolunda önemli adımlar atıyor. Ekosistemimizin teknoloji gücü Aktif Tech ve Türkiye'nin ilk yerli global para transferi markası UPT'nin yanı sıra Passo olarak biz de yurt dışındaki ofislerimizle hizmet veriyoruz. Yakın zamanda Almanya'da açtığı-

mız E-Kent Europe ofisiyle bu bölgede de biletleme hizmetleri sunmayı planlıyoruz. Almanya pazarındaki stratejimiz, hem Türkiye'deki gibi bir platform üzerinden farklı organizatör, kulüp ve mekanların biletlerini satmak hem de white label olarak ürünleştirdiğimiz biletleme yazılımını kulüp, etkinlik mekânı, festival, federasyon gibi yapılara pazarlamak. Biletleme konusunda oldukça ileri ve rekabetçi olan bu pazarda yine

white label olarak sunduğumuz mobil uygulamayla doğrudan tüketiciye dokunan ve kullanıcıyı hayatın her alanında angaje eden içeriklerle yenilikçi bir bakış açısı sunarak fark yaratmayı hedefliyoruz. Şu an Almanya'da birçok görüşme yürütüyoruz. Markamız adına heyecan verici bir süreç içerisindeyiz. Çok yakında orada gerçekleştirdiğimiz iş ortaklıklarından da söz edeceğimizi umuyorum." ☺

“Sigorta sektöründe ödeme süreçleri, müşteri deneyiminin merkezi haline gelecek”



Murathan Özcan
Craftgate Kurucu Ortağı ve COO'su

Tüm sektörler dijitalleşme çalışmalarına yoğunlaşıyor. Bu alanda önemli mesafeler kaydeden sigorta sektöründe ise dijitalleşmenin en kritik halkası ödeme anında yaşanıyor. Sigorta sektörünün çoklu acente ağı, farklı ödeme kanalları ve yüksek yenileme frekansı nedeniyle, ödeme başarısızlıkları şirketler için ciddi bir ciro kaybına dönüşebiliyor. Ödeme orkestrasyonu platformu Craftgate, sigorta şirketlerinin onlarca farklı banka sanal POS'una, ödeme ve e-para kuruluşuna tek bir entegrasyonla bağlanmasını sağlıyor ve katma değerli servisleriyle rekabet avantajı yaratıyor. Craftgate Kurucu Ortağı ve COO'su Murathan Özcan, sigorta sektöründe ödeme altyapısı anlamında yaşanan sorunları ve bir ödeme orkestrasyonu platformu olarak sağladıkları avantajları anlattı...

Özellikle poliçe yenileme gibi kritik anlarda ödeme altyapılarından kaynaklanan en temel sorunlar neler? Sigortacılıkta en temel sorun, dijitalleşmenin en hassas halkasında, yani ödeme anında yaşanıyor. Poliçe yenileme gibi, müşterinin sadakatinin ve şirketin gelir sürekliliğinin test edildiği kritik saniyelerde, sanal POS'larda yaşanan anlık bir kesinti veya teknik hata, tüm süreci başarısızlığa uğratabiliyor. Özellikle acenteler üzerinden ilerleyen işlemlerde, bu sorunlar müşterinin tek tıkla rakip bir şirkete yönelmesiyle sonuçlanıyor ki bu da ciro ve pazar payı kaybı anlamına geliyor.

Bu sorunların bir sigorta şirketinin bilançosuna yansımaları ne oluyor?

Başarısız bir ödeme işlemi, buzdağının sadece görünen kısmı. Asıl maliyet, görünmeyen operasyonel verimsizliklerde gizli. Rekabetçi komisyon oranlarından faydalanmak isteyen bir sigorta şirketi, her yeni ödeme sağlayıcısı için aylar süren teknik entegrasyon süreçleriyle boğuşuyor. Bu zorluk, sigorta şirketlerinin esnekliğini düşürüyor ve kaynaklarını verimsiz kullanmasına neden oluyor.

Her ödeme sağlayıcısı için ayrı panellerden yapılan dağınık yönetim ise hem mutabakat süreçlerini kabusa çevirerek ciddi bir iş yükü yaratıyor hem de büyük resmi görmeyi engelleyerek maliyet optimizasyonunu neredeyse imkansız hale getiriyor.

Craftgate, bir ödeme orkestrasyonu platformu olarak bu sorunlara nasıl bir çözüm sunuyor?

Craftgate, bu dağınık ve maliyetli yapıyı tek bir merkezi sinir sistemine dönüştürüyor. Sigorta şirketlerinin onlarca farklı banka sanal POS'una, ödeme ve e-para kuruluşuna tek bir entegrasyonla bağlanmasını sağlıyoruz. Bu sayede, aylar süren teknik entegrasyon süreçlerini ve operasyonel karmaşayı tamamen ortadan kaldırıyoruz.

Sigorta sektörünün çoklu acente ağı, farklı ödeme kanalları ve yüksek yenileme frekansı nedeniyle, ödeme başarısızlıkları şirketler için ciddi bir ciro kaybına dönüşebiliyor. Sektöre özel geliştirdiğimiz otomasyon kabiliyetleriyle bu karmaşık yapıyı görünmez hale getiriyor, ödeme altyapısını bir rekabet avantajına dönüştürüyoruz.

Bu yaklaşımımızın somut sonucunu sayılarla ifade etmek gerekirse, sigorta sektöründeki üye iş yerlerini-

ze 2025'in ilk 9 ayında 405.3 milyon TL'lik olası ciro kaybını geri kazandırdık.

Bu bahsettiğiniz orkestrasyon felsefesinin, olası ciro kaybını geri kazandırma noktasındaki teknik yansıması nedir?

Orkestrasyon, en basit tanımıyla akıllı ve proaktif bir yönetimdir. Olası ciro kaybını geri kazandırmadaki en önemli yansıması Autopilot teknolojimiz. Bu sistem, bir sanal POS'ta sorun yaşandığını anlık olarak tespit ediyor ve arka planda işlemi saniyeler içinde sorunsuz çalışan ve üye iş yerinin belirlediği en avantajlı diğer sağlayıcıya otomatik olarak yönlendiriyor.

İkinci yansımamız ise "Ödeme Tekrar Deneme" özelliği. Bu teknoloji, geçici bir bağlantı hatası gibi "sistemsel" hataları analiz ediyor ve tekrar denemeye uygun olan bu işlemleri farklı kanallarda yeniden çalıştırarak başarısız bir işlemi, kurtarılmış bir satışa dönüştürüyor. Bu iki temel kabiliyet, poliçe satın alma ve yenilemedeki ödeme başarı oranını doğrudan yükseltiyor.

Sigorta sektörünün 5 yıllık teknoloji yol haritasında neler olmalı?

Önümüzdeki 5 yıl, sigortacılıkta ödeme süreci sadece bir işlem olmaktan çıkıp, müşteri deneyiminin merkezine oturduğu bir dönem olacak.

Poliçelerin artık sadece kredi kartıyla değil; linkle ödeme, dijital cüzdanlar, hatta alışveriş kredileri gibi alternatif yöntemlerle de anında satın alınabileceği bir dünya bizi bekliyor. Bu çeşitliliği yönetemeyen, her yeni yöntemle aylar süren entegrasyonlarla adapte olmaya çalışan şirketler rekabette geride kalacak. Bu yüzden, yol haritasının ilk maddesi, tüm ödeme yöntemlerini tek bir noktadan akıllıca yönetebilen esnek ve merkezi bir orkestrasyon altyapısını benimsemek olmalı.

CRAFTGATE, FİNANSAL TEKNOLOJİ EKOSİSTEMİNDE GÜÇLÜ İŞ ORTAKLARI İLE BÜYÜYOR

Craftgate, online ödeme alan işletmelerin yurt içi ve yurt dışındaki ödeme hizmeti sağlayıcılarına ve alternatif ödeme yöntemlerine tek noktadan ulaşmasını ve hepsini tek panelden yönetebilmesini sağlayan bir ödeme orkestrasyonu platformu. 2020 yılında Hakan Erdoğan, Lemi Orhan Ergin, Sabri Onur Tüzün ve Murathan Özcan tarafından kurulan Craftgate; perakende, e-ticaret, turizm, mücevherat, moda ve sigortacılık gibi çeşitli sektör dikeylerine yön veren lider markaların da aralarında olduğu online ödeme alan üye iş yerlerine hizmet veriyor.

2022 yılında APY Ventures, Ak Portföy Girişim Sermayesi ve Boğaziçi Ventures'tan toplam 2 milyon dolar yatırım alan Craftgate, 2023 yılında ise Hepsi Finansal Danışmanlık ve D4 Ventures'tan aldığı 1 milyon dolar ile toplam yatırım tutarını 3 milyon dolara çıkardı. Avrupa ve Latin Amerika açılımı kapsamında 2024 sonu itibarıyla İspanya pazarına (Craftgate Europe SL) resmi olarak giriş yapan Craftgate, bağımsız duruşu, yüksek standartlardaki ödeme orkestrasyonu ürünü, alanında uzman 58 kişilik ekibi ve proaktif destek süreçleriyle online ödeme

alan işletmelerin büyümelerine destek oluyor. Yüzde yüz yerli kaynaklarla ve Türk mühendisleri tarafından geliştirilen Craftgate, güçlü iş birliklerini sürdürüyor. YTU Teknopark girişimi olarak faaliyet gösteren Craftgate, Bilişim Vadisi GSYF'den aldığı yatırım ve TURCORN 100 programına seçilmesiyle sektördeki varlığını daha da pekiştirdi. ETİD, TİM, TÜBİSAD, BMD ve diğer sektörel kuruluşlardaki aktif üyelikleriyle de Türkiye fintek ekosisteminde yenilikçi, güvenilir ve sürdürülebilir bir teknoloji sağlayıcısı olarak öne çıkıyor.



Mobil bankacılığı bir satış motoru olarak yeniden tasarlamak

Müşteri yolculuğu ilk temas anından itibaren izlenmeli; süreç içerisinde ve sonrasında kişiselleştirilmiş bir deneyimle satış yapmak hedeflenmeli. Mobil uygulamasını rakiplerden ayırıştırarak alışkanlığa dönüştürmek isteyen bankalar, müşterilerin giriş sıklığını ve davranış örüntülerini izleyerek işe başlayabilir...

Mobilin yükselişi, müşteri davranışını kökten değiştirerek tüm sektörleri dönüştürdü. Finansal ekosisteminin öncü oyuncularını yalnızca fiziksel deneyimlerini dijitalle taşımakla kalmadı; tüm süreçlerini mobil öncelikli bir dünyaya göre yeniden tasarladı. Artık mobil, bir kanal olmanın ötesine geçerek ana satış motoruna dönüştü. Mastercard olarak son dönemde gerçekleştirdiğimiz projelerden elde ettiğimiz içgörüler, bankaların mobil kanallarını satış motoruna dönüştürmeleri için dört kritik alana odaklanmaları gerektiğini gösteriyor.



İsmail Dağgeçen

**Mastercard EEMEA
Danışmanlık Hizmetleri
Başkan Yardımcısı**



Barış Irmak

**Mastercard EEMEA
Danışmanlık
Hizmetleri Direktörü**

Farkındalıktan indirmeye:

Bankaların dijital sahnedeki yarışı

Müşteri yolculuğu farkındalıkla başlar. Dijital dünyada yalnızca görünür olmak değil, doğru anda doğru mesajı vermek de önemlidir. Bankalar kişiselleştirilmiş teklifler ve segment bazlı kampanyalarla bu sahnede öne çıkabilir. Web sitelerinin SEO uyumlu, hızlı ve kullanıcı dostu olması kadar, yapay zekâ destekli arama trendlerine uygun içerikler üretmenin de bu alanda kritik bir fark yaratıldığını gözlemliyoruz.

Uygulama mağazası optimizasyonu (ASO) da bu yarışta belirleyici rol oynuyor. Doğru anahtar kelimeler, etkileyici görseller ve güçlü kullanıcı yorumları, indirme oranlarını artıran temel faktörler arasında yer alıyor.

Sürtünmesiz yolculuk: Dijital edinimde başarı

Dijitalden müşteri olma yolculuğundaki kayıplar gözden kaçabiliyor. Yakın zamanda tamamladığımız bir projede, dijitalden müşteri olma yolculuğunu başlatan müşterilerin yalnızca yüzde 35'inin süreci tamamlayabildiğini gözlemledik. Bu kaybın ana nedeni süreçteki sürtünme noktalarıydı.

Sürtünme tespiti için bankaların tüm dijital yolculuğu yakın takip etmesi ve süreci terk eden müşterilerin terk noktalarını otomatik olarak tespit etmesi gerekir. Sürtünmeler teknik sebeplerden oluştuğu gibi tasarım kaynaklı da olabilir. Bankalar, kullanıcı deneyiminde ustalaşmış diğer dijital platformlardan ilham alarak edinim süreçlerini en iyi noktaya taşıyabilir. Potansiyel müşterilerin süreçte çok az veri girişi yaptığı ve modern tasarımlarla üzerlerindeki bilişsel yükün azaltıldığı süreçlerle kayıplar en aza indirilebilir.





Kişiselleştirilmiş deneyimle aktivasyonda fark yaratmak

Müşteri olma sürecini tamamlamak aktivasyon için yeterli değil. Yakın zamanda tamamladığımız bir başka projede şaşırtıcı sonuçlar gözlemledik: Dijital müşteri olma sürecini başarıyla tamamlayan her 10 müşteriden 1'i mobil bankacılık uygulamasını bir daha hiç açmıyordu.

Çoğu banka, müşteri olma sürecinde pek çok veri topluyor. Sonrasında bu verileri yapay zekâ modelleriyle daha da zenginleştiriyor. Ancak tüm bu sürece rağmen müşteriye doğru zamanda doğru teklifi aktarma noktasında başarısız olabiliyor. Diğer bir projemizde, kazanım esnasında kredi ürünüyle ilgilenen müşterilerin yarısından fazlasının sonraki bir ay içinde banka mobil uygulamasında herhangi bir kredi teklifiyle karşılaşmadığını gözlemledik. Bankalar, müşteri yolculuğunu ilk temas anından itibaren izlemeye başlamalı ve süreç içerisinde ve sonrasında kişiselleştirilmiş bir deneyimle satış yapmayı hedeflemeli.

Müşteri alışkanlığı: Rekabette gizli silah

Mobil uygulamasını rakiplerden ayırıştırarak alışkanlığa dönüştürmek isteyen bankalar, müşterilerin giriş sıklığını ve davranış örüntülerini izleyerek işe başlayabilir. Yakın tarihli bir çalışmamızda, ardışık iki 6 aylık dönemde müşterilerin mobil uygulamaya giriş sıklıklarını analiz ettik. Giriş sıklığında sürekli en üst dilimde olanlar, ortalama sıklıkta giriş yapanlara göre 3 kat daha fazla gelir üretiyordu.

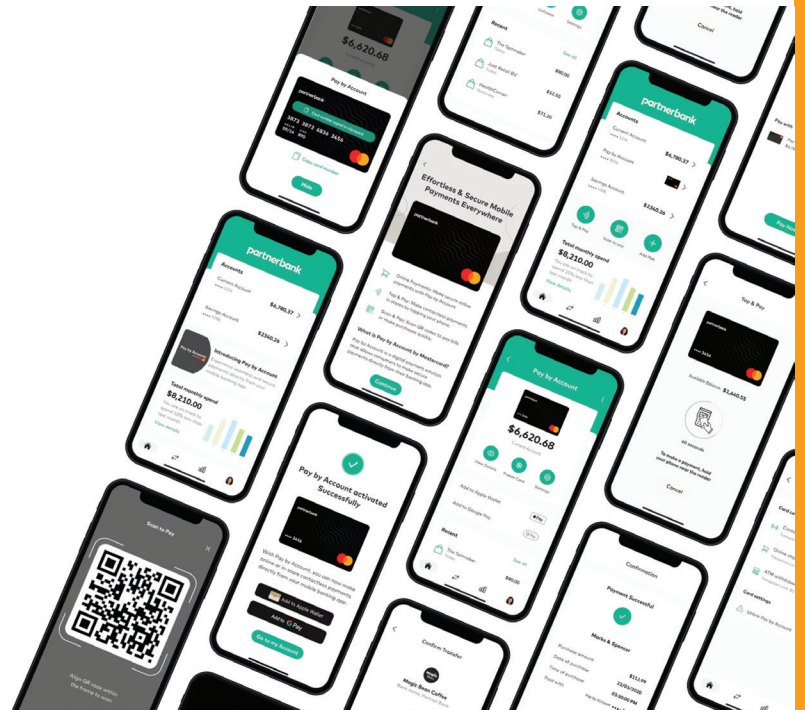
Bir başka çalışmada, 6 aylık dönemde neredeyse aynı ortalama aylık giriş sayısına sahip iki müşteri grubunu inceledik. İlk grup girişlerinin çoğunu ayın birkaç günü yapıyordu; ikinci grup ise ay geneline homojen biçimde yayıyordu.

6 ay sonra alışkanlık seviyelerine tekrar bakıldığında ikinci grubun alışkanlığını koruduğunu, ilk grubun ise uygulamayı

yüzde 25 daha az kullanmaya başladığını gördük. Bankalar bu öngörülerini kullanarak stratejilerini gözden geçirip ve müşteri bağlılığını artıracak aksiyonlar üretebilir.

Son düşünceler: Kanaldan satış motoruna

Müşteri yolculuğundaki her adım kritik, her kayıp maliyetlidir. Bu aşamaların her birini başarıyla yönetmek için gerçek zamanlı veriye, ileri analitik yaklaşımlara, akıllı otomasyon sistemlerine ve her temas noktasında müşteriye özel kişiselleştirilmiş yolculuklara ihtiyaç var. Bütün adımlar doğru atıldığında, mobil bankacılığı işlemsel bir arayüzden ana satış motoruna çevirmek hiç de zor olmayacaktır.



Ödeal, yeni iş alanları ve yetenek kazanımlarıyla güçleniyor

1 25 binden fazla iş yerine sunduğu ödeme çözümleriyle POS sektörünün lider markalarından Ödeal, 2025 yılının üçüncü çeyreğinde de güçlü performansını sürdürdü. 2024 yılında ciroda yüzde 120 büyümeye kaydeden şirket, 2025'in ilk yarısında istihdamda kuruluşundan bu yana en yüksek seviyeye ulaştı.

KOBİ'leri en avantajlı ödeme çözümleriyle buluşturan Ödeal, yılı işlem hacminde yüzde 100'ün üzerinde büyümeye kapatmayı hedefliyor.

Ekipler güçlendiriliyor, yeni roller açılıyor

Büyüme ivmesini hızla artıran Ödeal, ekip yapısını ciddi ölçüde genişletti. Bu adımla birlikte hem yeni nesil fiziki POS sistemlerinde hem de uçtan uca ödeme çözümlerinde ürün yelpazesini genişleterek sektördeki liderliğini pekiştirdi. Bugün 500'ün üzerinde çalışanıyla faaliyet

gösteren şirket, özellikle teknoloji, pazarlama, satış ve operasyon yönetimi gibi merkezi rollerde işe alımları artırdı. Aynı zamanda büyümeyi desteklemek için yeni pozisyonlar da oluşturuyor. Bu yeni roller, hem müşteri tabanının farklı ihtiyaçlarına yanıt verecek alanlarda hem de yeni ürünlerin geliştirilmesi ve yönetilmesi için yürütülen projelerle şekilleniyor. Şirket, işe alım süreçlerini hızlandırırken odağını yapay zekâ temelli çözümler, dijital ürün yönetimi, sanal POS, dijital ödeme akışları ve entegrasyonlarla bankacılık ürünleri geliştirmeye çevirdi. KOBİ odaklı yaklaşımını sürdürürken, yeni çözümlerle daha geniş müşteri segmentlerine ulaşmayı hedefleyen Ödeal, aynı zamanda yeni iş birlikleriyle ürün ve hizmet çeşitliliğini artırıyor. Bu doğrultuda ekipler güçlendirilirken yeni roller de açılıyor. Böylece hem mevcut organizasyon yapısı güçlenirken hem de yeni projeler hayata geçiriliyor.



HUGIN

Ödeme Sistemleri

Android Yazarkasa POS

S1

İşletmenin yeni nesil gücü!



Wi-Fi



Android İşletim
Sistemi



4G Kapsama
Alanı



Çift Temassız
Ödeme



Ultra Hızlı
İşlem



Kablolu/Kablosuz
Entegrasyon
Destegi



5.5 İnç
Ekran



Kullanıcı Dostu
Arayüz



444 5 446

www.hugin.com.tr

Lojistiğin dijital dönüşümünü başlatan güç



1 milyon kamyon ve tır şoförünün hayatını değiştirecek uygulama



Mustafa Duran
IQ Holding
Yönetim Kurulu Başkanı

Türkiye'nin dört bir yanında yolları aşındıran kamyon ve tır şoförlerinin hayatını kökten değiştirecek devrim niteliğinde bir proje hayata geçiriliyor.

IQ Holding ile S.S. Tüm Motorlu Taşıyıcılar Kooperatifleri Merkez Birliği iş birliğiyle geliştirilen Süper Yük uygulaması, lojistik sektörünü uçtan uca dijitalleştirmeyi hedefliyor.

Artık "yük arama derdi" tarihe karışıyor. Süper Yük, kullanıcılara tek bir platform üzerinden yük bulma, finansal işlemler, sigorta, alışveriş ve avantajlı kampanyalara erişim imkânı sağlıyor.

Dijital lojistik ekosisteminin yeni merkezi

Süper Yük, sadece bir mobil uygulama değil; lojistik sektörünün dijital kalbi.

Kullanıcılar mola verdiği anda çevresindeki yük ilanlarını görebiliyor, yük sahipleriyle doğrudan iletişime geçebiliyor, anlaşmasını yapıp yükünü dakikalar içinde alabiliyor.

Seyir halindeyken bile, sistem üzerinden tek tıkla finansman başvurusu yaparak anında nakit ihtiyacını karşılamak mümkün.

Yolda aksilik mi yaşandı? Uygulama içindeki entegre pazaryeri sayesinde ihtiyaç duyulan yedek parça, servis veya çekici hizmetine doğrudan erişilebiliyor.

Kısacası Süper Yük, bir kamyoncunun yol arkadaşı, finans danışmanı ve dijital asistanı haline geliyor.

IQ Holding'in vizyonu:

Uçtan uca dijital dönüşüm

IQ Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Duran, projenin yalnızca bir uygulama olmadığını, sektörün tüm paydaşlarını kapsayan bir dijital dönüşüm hareketi olduğunu belirtiyor:

"Süper Yük, kamyoncular ve tirciler başta olmak üzere tüm lojistik sektörü için tasarlandı.

Günlük zorlukları aşmak, gelirlerini artırmak ve işlerini büyütmek isteyen herkes için pratik çözümler sunuyor.

Biz, 'Yük aramayın, ihtiyacınız olan yerde ve zamanda Süper Yük ile yükünüz hazır' diyoruz."

Duran, 2025 yılı sonuna kadar 200 binden fazla tır ve kamyon şoförünün sisteme dahil edilmesini ve toplamda 1 milyon üyenin platformu aktif olarak kullanmasını hedeflediklerini belirtiyor.

Mustafa Duran'a göre bu hedef, Süper Yük'ü kısa sürede Türkiye'nin en geniş dijital lojistik ağı haline getirecek.

Finansal güç, teknolojik kolaylık

Süper Yük, sadece taşıma süreçlerini değil, şoförlerin finansal hayatını da dijitalleştiriyor. Gönderici, acente, lojistik firması ve taşıyıcı fark etmeksizin herkes, platform üzerinden yurt içi ve yurt dışına avantajlı para transferi yapabiliyor.

Birlik üyeleri ayrıca;

- Türkiye'deki tüm ATM'lerden komisyonsuz nakit çekim,
 - Anlaşmalı akaryakıt istasyonları ve mağazalarda indirimli alışveriş,
 - Kredibiliteye göre anında kredi,
 - Sigorta işlemleri,
 - Döviz ve kıymetli maden alım-satımı,
 - Taksitli alışveriş ve fatura ödeme hizmetleri gibi birçok avantaja tek uygulama üzerinden erişebiliyor.
- Duran, "Bu özellikler sayesinde Süper Yük, bir taşımacılık platformundan öte, sektörün finansal süper uygulaması konumuna yükseliyor" diyor.

Haritalandırmadan ödemeye, her şey tek platformda

Süper Yük'ün güçlü kullanıcı arayüzü sayesinde, şoförler ve işletmeler işlerini kolayca yönetebiliyor. Mesafe, rota, süre hesaplamaları otomatik yapıyor; tüm süreçler haritalandırma teknolojisi ile destekleniyor. Kullanıcı, yükünü teslim ettikten sonra 24 saat içinde ödemesini alıyor.

Performansa dayalı sistem sayesinde başarılı şoförler daha fazla görünürlük kazanıyor, yüksek puanlı profiller daha çok iş fırsatına erişiyor.

Lojistikte büyük ekonomik güç

TÜİK verilerine göre Türkiye'de;

- 1 milyonun üzerinde kamyon ve tır,
- 380 bin bireysel kamyon sahibi,
- 165 bin uluslararası taşımacı,
- 1 milyon lojistik işletme faaliyet gösteriyor.

Bu da yaklaşık 4 milyon kişinin doğrudan ya da dolaylı olarak lojistik sektörden gelir elde ettiği anlamına geliyor.

Her gün 300 binden fazla kamyon yük taşıyor; 100 milyar doların üzerindeki yıllık hacmiyle sektör Türkiye ekonomisinin bel kemiğini oluşturuyor.

IQ Holding ve Süper Yük, bu dev ekosistemi dijitalleştirerek hem verimlilik hem de refah artışı yaratmayı hedefliyor.

Yolun her anında yanında: Süper Yük

Süper Yük'ün bir uygulamadan çok daha fazlasını ifade ettiğini vurgulayan Mustafa Duran, "Bu platform, lo-

Optimize Edilmiş Teslimat Deneyimi Deneyimi

1

Yol Planlama

Güçlü yol planlama algoritması, en kısa ve en verimli rotaları önererek zaman ve yakıt tasarrufu sağlar.

2

Trafik Bilgilendirme

Gerçek zamanlı trafik bilgileri, yolcular yoğun bölgelerden uzak tutarak, seyahat sürelerini kısaltır.

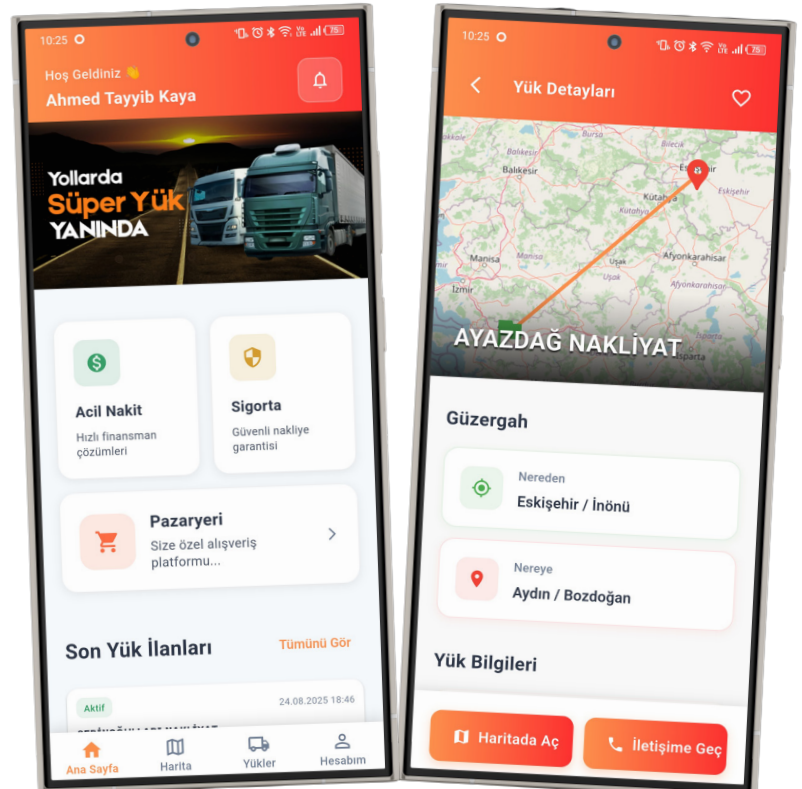
3

Teslimat Takibi

Her adımda teslimat durumunun gerçek zamanlı takibi, müşterilerle şeffaflık sağlar.



istik sektörünü yeniden tanımlayan dijital bir devrim. Şoförlerin, firmaların ve acentelerin tek bir ekosistem içinde bulunduğu, finansal özgürlüğün ve operasyonel kolaylığın birleştiği yepyeni bir dünya. Süper Yük ile yükünüz hazır, yolunuz açık" diyor.



SÜPER YÜK, SÜPER AVANTAJLAR

- Komisyonsuz, hızlı yük erişimi
- Dönüş yükü garantisi
- 24 saatte ödeme
- Performansla öne çık, daha çok kazan
- Finans, alışveriş ve sigorta ihtiyaçlarını tek ekrandan yönet
- Gerçek zamanlı bildirimlerle, yükünü her an cebinden bul

Veri mühendisleri, veri analistleri yetmedi, bir de yapay zekâ ajanları çıktı!

Veri ambarı, büyük veri, yapay zekâ ve veri analitiği, iş zekâsı gibi çözümleriyle 15 sektörden 60'ın üzerinde şirkete hizmet veren Ensight; makine öğrenimi, yapay zekâ ajanları gibi yeni yetenekleriyle yurt içi ve dışındaki hızlı büyümesini sürdürüyor. Bu arada şirket logosu da yenilendi. Ensight CEO'su Olcay Çat, "Fütüristik teknolojilerle çalışıyoruz. Logomuzu ve kurumsal renklerimizi de bu doğrultuda değiştirdik" diyor...



Olcay Çat
Ensight
CEO'su

Eskiden şirketler, veriyi daha ziyade geçmiş performanslarını ölçmek için kullanırdı. Veri ambarı ya da veri havuzunda toplanan verilerin içeriği de şimdiki kadar kapsamlı, karmaşık ve komplike değildi. Muhasebe ve İnsan Kaynakları departmanlarında çalışanlar, kısıtlı yetenekleri çerçevesinde bu verilerden çıkarımlar yapmaya çalışırdı. Oysa şimdi veri mühendisi, veri analisti, veri bilimci gibi çalışanlar istihdam ediliyor. Yapay zekânın da devreye girmesiyle birlikte bu mesleklerin popülaritesi inanılmaz arttı.

Elbette her şirketin bu tür çalışmaları kendi bünyesinde yürütmesi, veri uzmanı istihdam etmesi beklenemez. Aslında "dış kaynak kullanımı" (outsourcing) kavramının en çok oturduğu alanlardan biri veri yönetimi ve iş zekâsı...

Veri ambarı, büyük veri, yapay zekâ ve veri analitiği, iş zekâsı gibi süreçleri şirketler adına yöneten girişimlerden biri de Ensight Bilgi Teknolojileri...

Ensight, 55 çalışanıyla finanstan perakendeye, sigortacılıktan sağlığa birçok sektöre hazır iş zekâsı modelleriyle danışmanlık hizmeti veriyor. Satış, operasyon, üretim, insan kaynakları, lojistik, finans gibi iş alanlarında hızlı ve güvenilir analitik çözümleriyle 15 sektörden 60'ın üzerinde şirkete destek sağlıyor.

Ensight Kurucu Ortağı ve CEO'su Olcay Çat, "Sektör ve şirketlere göre özelleştirilebilir analitik çözümlerimizle verinin her seviye için anlaşılabilir olarak yorumlanmasını ve buna uygun aksiyonlar alınmasını sağlıyoruz" diyor.

Veri ambarı, veri analizi, çıktı üretimi

Veri ambarı, veri analitiği, iş zekâsı gibi kavramlar ve bu konuda yürütülen süreçlerin zaten çok teknik olması yetmezmiş gibi şimdi buna yapay zekâ, makine öğrenimi, yapay zekâ ajanları gibi yeni ve daha karmaşık kavramlar, süreçler eklendi. Çat, mümkün olduğunca anlaşılabilir şekilde süreci şöyle özetliyor: "Öncelikle, farklı kaynaklardan gelen verileri merke-

zi bir yerde, bir havuzda topluyoruz. Biz bu havuza veri ambarı diyoruz. Bu ambara atılabilecek veriler için bir sınır yok. Sosyal medya mecralarındaki yorumlar da dahil... Yazılı verinin yanı sıra görselleri, grafikleri, sesleri de toplayabiliyoruz. Sonra da bunları veri mühendisliğiyle işleyerek anlamlı sonuçlar, çıktılar alınabilecek hale dönüştürüyoruz.

Veri mühendisliğinin ardından veri analistiği aşaması devreye giriyor. Veri analisti de veriyi anlayıp modelliyor; hangi şekillerde çıktı üretilip nasıl sunulacağına karar veriyor.

Modellenen verilerin önyüzüne dashboard'lar yerleştiriliyor. Böylece o veriyi doğru ve anlamlı bir şekilde okuyabilmenizi sağlıyorlar. Grafikler oluşturup daha net içgörüler almanızı, yorumlama yapmanızı mümkün kılıyorlar. Gelecekle ilgili planlama yapmanızı, strateji oluşturmanızı sağlayacak doğru içgörüler elde edebiliyorsunuz. Örneğin, önümüzdeki 6 ay ya da 1 yıl içinde satış-ciro öngörüsü, stok optimizasyonu gibi faydalar sağlamayı amaçlıyoruz. Gereksiz stok tutmanın maliyeti ya da olası bir talep artışına stoksuz yakalanmak gibi riskler var. İşte doğru stok tutmanın ipuçlarını da veriyor sistemimiz.”

Makine öğrenimi katmanı

Çat'ın buraya kadar anlattıkları, Ensight'ın veri ambarı ve iş zekâsı raporlama tarafıyla ilgili. Şirket, bunun üzerine bir de “makine öğrenimi” katmanını ekliyor.

Türkiye’de söz konusu kavramın öneminin henüz yeterince anlaşılmadığını düşünüyor Çat ve bu konuda da şu örneği veriyor:

“Bir fabrika düşünün. Sadece bir makine arızalandığında bile belki saatlerce üretim durabiliyor. Ama öyle bir makine öğrenmesi sistemi kurabilirsiniz ki o makine 1 saat öncesinden gerekli uyarıyı yapıp, alarm verebilir. IoT (nesnelerin interneti) sensörleri yerleştirilerek ortamın nemi, sıcaklığı, yağ seviyesi gibi pek çok parametreye göre analizler yapabilirsiniz. Yüzde 85 ve üzeri arıza olasılığı ortamı oluştuğunda ise ilgili sensör devreye girip alarm verebilir. Böylece gerekli önlemleri alıp arıza oluşmadan önüne geçebilirsiniz.”

Ve yapay zekâ ajanları...

Peki Ensight yapay zekâ ajanlarını nasıl kullanıyor? Yapay zekâ deyince biz sıradan insanların aklına ChatGBT, Open AI ve Grok geliyor. Bilindiği üzere Open AI ile Microsoft ortaklık kurdu. Ensight, Microsoft’un yapay zekâ aracı Copilot’u kullanıyor. Ensight ayrıca, Microsoft’un iş zekâsı çözümleri için Türkiye’deki en yetkin birkaç partnerinden biri konumunda. Hatta şu anda “ilk ve tek Microsoft Fabric Featured partneri” unvanına sahip.

Ensight, Microsoft Azure bulut platformu ve Open AI altyapısını kullanarak müşterilerine yapay zekâ ajan çözümleri sunuyor. İlgili şirketin yöneticisi bu sayede, sadece sesli komutla bile istediği tüm raporlara ulaşabiliyor. Çalışanlar da örneğin yıllık izin süreleri, bilgisayarları bozulunca ne yapmaları gerektiği gibi her türlü konuda bilgi alabiliyor. Proje ekipleri dead-



line'larını öğrenebiliyor, chat'ten yazarak her türlü bilgiye ulaşabiliyor.

Olca Çat, bu konuda da büyük bir perakende mağazacılık zincirinden örnek veriyor: “Çalışanlar teknolojiyle o kadar içli dışlı olmadığı için çok sık IT sorunları çıkabiliyor. Bazıları çok basit olabiliyor bu sorunların. Çalışan sadece bilgisayarını açıp kapatsa sorun giderilecek belki de. İlla ki bir bilgi işlem elemanı gerekmiyor bunun için. Bizim konumlandığımız yapay zekâ ajanı bu tür sorunları çözüyor. Çözemediği durumlarda da ilgili bilgi işlem çalışanına yönlendiriyor.”

Çat, yapay zekâ ajanlarının özellikle çağrı merkezlerinde maliyetleri azaltabileceğine dikkat çekiyor. Kurumsal bir ChatGBT oluşturarak çağrı merkezindeki çalışan sayısının 150’den rahatlıkla 50 kişiye düşürülebileceğini öngörüyor. Ancak insan faktörünün önemine de değinmeden geçemiyor:

“İnsanın yetkinliği beynidir, zekasıdır. Operasyonel ve insan zekâsına ihtiyaç olmayan her durumda yapay zekâyı kullanabilirsiniz. Onun çözemediği her durumda da insan desteğini sağlamak önemli. Bence böyle hibrit bir sistem kurulumak gerekiyor. Empati, duygusallık, insan beyninin zekâsının devreye girmesi gerektiği yerde AI’dan otomatik olarak insana dönülmeli.”

Finans Sektöründe Rekabeti Güçlendiren Çözümler Ensight’tan!

Finansal verilerinizi daha şeffaf, daha anlamlı ve daha hızlı yönetmenizi sağlıyoruz.

Birim Bazlı TPG
Analiz & Raporları

Aktif Pasif (APKO)
Raporları

Rekabet Analizi
Paket Ürün



Hugin'den yeni nesil güç: **S1 Android yazarkasa POS** **GİB onayını aldı**

Hugin Ödeme Sistemleri, geniş ürün yelpazesine yenilikçi bir model daha ekledi. S1, ödeme teknolojilerinde yeni bir dönemi temsil ediyor. Güçlü performansı, gelişmiş bağlantı seçenekleri ve kullanıcı dostu arayüzüyle işletmelere hız, verimlilik ve modern bir deneyim sunuyor...

Türkiye'nin öncü finansal teknoloji sağlayıcılarından Hugin Ödeme Sistemleri, yeni nesil Android tabanlı yazarkasa POS modeli S1 için Gelir İdaresi Başkanlığı (GİB) onayını aldı.

Hızlı ve pratik kullanımıyla, güçlü entegrasyon yeteneklerini bir araya getiren S1, iş ortakları için benzersiz bir platform sunuyor. Farklı ölçek ve sektörlerdeki işletmelerin dijital dönüşümünü hızlandırırken, son kullanıcılara üst düzey bir deneyim sunmaya hazırlanıyor.

Android güvenli işletim sistemiyle güçlendirilen S1; 5.5 inç geniş ekranı, 4G yedekli bağlantı ve Wi-Fi desteği sayesinde her koşulda kesintisiz iletişim sağlıyor.

Temassız ödemede konforun yeni standardı

Hugin Ödeme Sistemleri CEO'su Vedat Nommaz, S1'in hem kullanıcı hem de müşteri ekranı üzerinden temassız ödeme alabilen tek çözüm olmasıyla rakiplerinden ayrıştığını vurguluyor:

"S1, en yaygın ödeme yöntemi olan temassız kart işlemlerine kattığı esneklik, dinamizm ve hız ile üstün performans sunuyor. Etkileyici baskı hızına rağmen okunabilirlikten ödün vermeyen yazıcı performansı, yüksek kapasiteli bataryası ve zengin aksesuar seçenek-



Vedat Nommaz
Hugin Ödeme Sistemleri
CEO'su

leriyle S1, yoğun kullanım gerektiren ortamlarda dahi kesintisiz ve güvenilir çalışma imkanı sağlıyor."

Zengin ekosistem, sınırsız entegrasyon

Hugin marka ödeme terminalleri, zengin ekosistemi sayesinde 400'ün üzerinde ERP ve satış sistemiyle entegre şekilde çalışabiliyor. Kablolu ve kablosuz entegrasyon seçenekleri, farklı işletme altyapılarına kolayca uyum sağlarken; sezgisel ve "kılavuz gerektirmeyen" arayüzü kullanım kolaylığı ve verimlilik sağlıyor.

Hugin'den geleceğe güvenli adım

Hugin Ödeme Sistemleri'nin her zaman olduğu gibi kullanıcı memnuniyetini merkeze alarak inovasyonu güçlü bir müşteri hizmeti anlayışıyla birleştirdiğini ifade eden Nommaz, "S1'in GİB onayı da Hugin'in 97 yıllık sektörel deneyimi ve yenilikçi Ar-Ge gücüyle, perakende teknolojilerinde verimliliği artırma vizyonundaki önemli bir dönüm noktasını temsil ediyor. S1, Hugin'in yeni yüzü olarak teknolojiyi, güveni ve kullanıcı deneyimini bir araya getiriyor" diyor.





FIBA
2025

Gururluyuz!

Formica AI, Özbekistan'da düzenlenen Fintech & Banking Forum'da "En İyi Uluslararası Dolandırıcılık Yönetimi Ürünü" ödülünün sahibi oldu!

Alışveriş kredisi platformu **Taksitlio**, bir süper uygulamaya dönüşecek

Fibabanka bünyesinde alışveriş kredisi platformu olarak doğan Taksitlio, kısa sürede 100 çalışanlı bir şirkete dönüştü. Daha önce sadece Fibabanka'dan kredi kullandıran platforma her geçen gün yeni bankalar ekleniyor. Taksitlio Genel Müdürü Çağdaş Değirmencioğlu, "Yıl sonuna kadar anlaşmalı banka sayımız 8-9'u bulacak. Kısa sürede hizmet verdiğimiz nokta sayısını da ikiye katlayacağız" diyor...



Çağdaş Değirmencioğlu
Taksitlio
Genel Müdürü

Fibabanka bünyesinde oluşturulan Taksitlio (taksitlio.com) platformu, kısa sürede hızla büyüyerek ayrı bir şirkete dönüştü. Halen de Fibabanka iştiraki olarak faaliyet gösteren bu şirketin çalışan sayısı da hızla artarak 100'ün üzerine çıktı. Taksitlio Genel Müdürü Çağdaş Değirmencioğlu, Ar-Ge çalışmalarına büyük önem verdiklerini vurgulayarak, yakında teknopark ofisini açarak başta yapay zekâ olmak üzere yeni nesil teknolojilerin desteğiyle hızlı büyümelerini sürdüreceklerini vurguluyor.

**Türkiye'nin öncü
alışveriş kredisi
karşılaştırma
platformu**



Sistemdeki banka sayısı artıyor

Değirmencioğlu, "Türkiye'nin en büyük mağaza içi alışveriş kredisi kullandırma platformu" olarak nitelendirdiği Taksitlio'nun aralarında Vatan Bilgisayar, Teknosa, Arçelik, BSH ve Zen Pırlanta'nın da olduğu 60 markanın 12 bin 500 civarında noktasında hizmet verdiğini anlatıyor.

Taksitlio, bu satış noktalarında daha önce sadece Fibabanka adına kredi kullandırıyor. Ocak 2025 itibarıyla bu hizmete diğer bankalar da dahil edilmeye başladı. Halen Fibabanka'nın yanı sıra İş Bankası, Kuveyt Türk, Alternatif Bank ve Financell'den kredi kullandırabilen platform, iki büyük bankayla daha anlaşma imzalamaya yakın. Değirmencioğlu, iki dijital bankayla da görüşme halinde olduklarını belirtiyor ve ekliyor:

"Böylece yıl sonuna kadar 8-9 bankayı sisteme katmış olacağız. Bu da Taksitlio'yu Türkiye'nin en büyük alışveriş kredisi platformu yapıyor; gerek mağaza gerekse anlaşmalı banka sayısı açısından."

Tüketici fiziki satış noktasına gidip kredi kullanmak istediğinde, Taksitlio sistemindeki bütün bankaların tekliflerini görebiliyor.

“Alışveriş kredisi veren finteck platformu”

Çağdaş Değirmencioğlu, Taksitlio’yu bir alışveriş kredisi platformunun ötesinde finansal teknoloji şirketi olarak konumlandırıyor. Gerekçesini de şöyle açıklıyor:

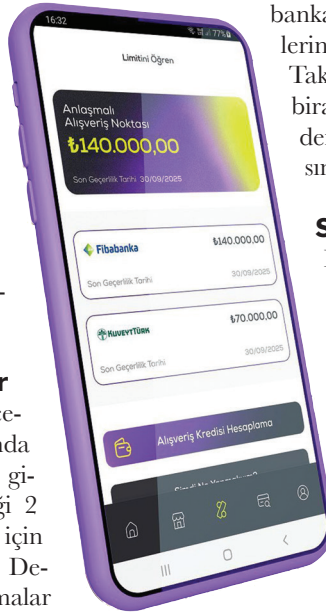
“Dünyada da finansman ve e-ticaret işi artık iç içe geçti. Biz de artık aslında teknoloji şirketi olduk. Biz de kendimizi finteck yani bir finansal teknoloji şirketi olarak tanımlıyoruz günün sonunda. Çünkü bizim değerimiz aslında finansman. Üzerine bir teknoloji geliştirmeye çalışıyoruz. Artık bunlar hep iç içe geçti. Örneğin Çin’e gittiğinizde, orada herkes birbirine Ali Pay ile ödeme yapıyor. Yani artık bir banka gibi. Taksit de çağırabiliyorsunuz, eve yemek de söylüyorsunuz. Eskisi gibi birbirinden ayrılan kavramlar, süreçler yok. Biz de Taksitlio’yu alışveriş kredisi veren bir finteck platformu’ olarak tanımlıyoruz.”

Faizsiz kampanyalar da düzenleniyor

Taksitlio, faiz esası bir alışveriş kredisi platformu olmasına rağmen, dönem dönem bankalar ve markalarla birlikte faizsiz taksit kampanyaları da düzenliyor. Değirmencioğlu, “Mesela geçtiğimiz haftalarda 0 faizli 3 taksit kampanyası yaptık. Yani müşteri peşin fiyatına 3 taksitle istediği ürünü alabilirdi. Günümüzde 3 aylık faiz nereden baksanız yüzde 7-8 hatta 10'lara kadar çıkabiliyor. Ciddi bir finansal avantaj söz konusu. Bazı bankalar, özellikle yeni müşteri kazanmak için bu tür kampanyalar düzenleyebiliyor” diyor.

Sırada otomotiv finansmanı var

Çağdaş Değirmencioğlu, sektör çeşitlendirme çalışmaları kapsamında yakında otomotiv finansmanına da gireceklerini açıklıyor. Mevzuat gereği 2 milyon TL'nin üzerindeki alışverişler için kredi kullanılmadığını hatırlatan Değirmencioğlu, “Gerçi zaten kısıtlamalar nedeniyle şu anda çok yüksek kredi çıkmıyor. Ancak otomobil çok hızlı satılan bir ürün ve orada da ciddi bir finansman ihtiyacı var. Biz de bu alana gireceğiz” diyor.



Hizmet verilen nokta sayısı katlanacak

Ar-Ge çalışmalarına büyük önem veren Taksitlio, özellikle verimlilik artışı ve maliyet avantajı için yapay zekâ teknolojisinden yararlanmak istiyor. Teknopark ofisinde bu konulara ağırlık verilecek.

Taksitlio uygulaması üzerinde alışveriş kredisi alınabilen nokta sayısının kısa vadede 20 binin üzerine çıkarılması hedefleniyor. Değirmencioğlu, sistemdeki bankaların sayısını da artırmaya devam edeceklerini belirtiyor.

Taksitlio'nun mobil uygulamasını geliştirip biraz da kullanıcıya yaklaştırmak, kullanıcı deneyimini zenginleştirmek de hedefler arasında.

Süper uygulamaya doğru...

Peki Türkiye’de kredi kartı ve faizsiz taksit alışkanlığı Taksitlio ve benzeri platformlar için bir handikap değil mi? Malum artık hemen herkesin en az bir kredi kartı var. Kartlı alışverişler için kampanyaların da ardı arkası kesilmiyor.

Çağdaş Değirmencioğlu da sundukları hizmetin kredi kartının bir muadili olduğunu kabul ediyor ve “İlerleyen dönemde belki biz de o tarafa doğru eğiliriz. Zaman ne getirir görmek lazım. Ama günün sonunda hayalimiz,

Taksitlio'nun özellikle sahadaki bayilerimizin bütün finansal ihtiyaçlarını karşılayan bir araç olması. Yani oradan kredi de ödeme de alabilmesi; bir nevi süper uygulama olması” diyor.

MÜŞTERİ EDİNİMİNDE QR KODLU KUTU DÖNEMİ

Taksitlio, kendi kaynaklarıyla geliştirdiği ve patentini aldığı “müşteri kazanma kutusu” ile yeni müşteri ediniminde bir ilke imza attı. Çağdaş Değirmencioğlu, söz konusu sistemin işleyişini şöyle anlatıyor: “Bankalar adına da yeni müşteri yapmaya yetkili bir kurumuz.

Anlaşmalı olduğumuz bankalar için destek hizmetleri sağlıyor, gerekli sözleşmeleri imzalıyoruz. Türkiye’deki mevzuat gereği, bankaların müşterisi olabilmek için ıslak imzalı bir müşteri olma formu (MOF) gerekiyor. Bizim geliştirdiğimiz ve şu an sahada

çalışan kutu (box) ise QR kod esaslı çalışıyor. Önce size verilen QR kodlu formu imzalıyorsunuz. Bu belge form makineye girerken QR kod okunarak içerisindeki bilgiler sisteme yükleniyor. Böylece otomatik olarak yeni banka müşterisi oluyorsunuz.”

Yapay zekâ etik ilkeleri



Bülent Şenver
Etik Değerler Merkezi Derneği (EDMER)
Kurucu Onursal Genel Başkanı

- 1** Yapay zekâ sistemleri toplumun iyiliğini artırmak ve insanlığa yarar sağlamak için kullanılmalıdır.
- 2** Yapay zekâ sistemlerinin nasıl çalıştığını ve kullanıldığını belirleyen algoritmalar insanlar tarafından anlaşılır şekilde yazılmalıdır.
- 3** Yapay zekâ sistemleri şeffaf, açık, dürüst, doğru, adaletli ve etik olmalıdır.
- 4** Yapay zekâ sistemleri insanları korumalı ve yardımcı olup onlara hizmet etmelidir.
- 5** Yapay zekâ sistemleri insan haklarını, aile haklarını, çocuk haklarını, topluluk haklarını, mahremiyetini, gizliliğini, bilgi güvenliğini azaltmamalı, zedelememeli ve yok etmemelidir.
- 6** Tüm insanlar yapay zekâ sistemlerini kullanabilmelidir.
- 7** Yapay zekâ sistemleri insanların duygusal ve ekonomik varlıklarına, sosyal, politik, kültürel ve

zihinsel faaliyetlerine zarar vermeyecek şekilde çalışmalıdır.

8 Hiçbir yapay zekâ sistemi insanları yaralamak, onlara zarar vermek için kurulmamalıdır.

9 Hiçbir yapay zekâ sistemi insanları aldatacak, yanıltacak, kandıracak, yanlış yola sürükleyecek, yanlış karar almalarına neden olacak şekilde kurgulanmamalıdır.

10 Yapay zekâ sistemleri toplumu kullanımına açılmadan önce bağımsız kurumlar tarafından incelenmeli, araştırılmalı, test edilmeli, denetlenmeli ve kabul görmüş “Uluslararası Yapay Zekâ Standartları”na uygun bulunursa kullanıma sunulmalıdır.

11 Yapay zekâ sistemleri yasa dışı işlerde kullanılmamalıdır.

12 Yapay zekâ sistemleri güvenilir olmalıdır. Kullanıcısına güven vermeli ve güvenilir olduğunu ispat etmelidir.

13 Bir yapay zekâ toplumun kullanımına açılmadan önce muhakkak bağımsız kurumlar tarafından test edilmeli ve kullanıma uygun bulunursa bu sisteme özel bir “Yapay Zekâ Kullanılabilirlik Uygunluk Belgesi” verilmelidir. Belgeyi alanlar da güncel gelişmeler doğrultusunda yılda bir kez denetimden geçirilmelidir.

14 Yapay zekâ, karar vermek veya bir sonuç üretmek için muhakkak doğru bilgileri kullanmalıdır. Kullanacağı bilgilerin doğruluğunu, sıhhatini ve yeterliliğini araştırıp kontrol etmek yapay zekâ sisteminin sorumluluğundadır.

15 Yapay zekâ sistemleri her zaman insan zekâsı ile kontrol edilebilmelidir. Bu özelliğini kaybetmek üzere olan bir yapay zekânın çalışması durdurulmalı ve sonlandırılmalıdır.

16 Yapay zekâ sistemleri insan haklarında ve çocuk haklarında yazılı ilkelere aykırı bir sonuç doğuracak hiçbir işte, hiçbir isimle, hiçbir maksatla ve hiçbir yerde kullanılmamalıdır.

17 Yapay zekâ sistemlerinde kullanılan algoritmalar insan haklarına ve çocuk haklarına uyumlu olmalı; burada yazılı ilkelere, prensiplere ve tanınmış haklara aykırı sonuçlar doğurmamalıdır.

18 Çocuklara açık olan ve çocuklar tarafından kullanılabilen yapay zekâ sistemleri ve algorit-

maları çocukların akıl sağlığını ve psikolojik sağlığını iyileştirecek ve koruyacak şekilde düzenlenmelidir.

19 Yapay zekâ sistemleri kişisel verileri koruma kanunlarına uygun şekilde kullanılmalıdır.

20 Yapay zekâ sistemiyle toplanmış kişisel veriler, söz konusu kişinin onayı olmadan başka maksatlarda kullanılmamalı ve başka kuruluşlara satılmamalı veya verilmemelidir.

21 Her bir yapay zekâ sisteminin bir yaratıcısı ve sorumlusu olmalıdır. Bu yaratıcı ve sorumlu bir gerçek kişi ve kurum olmalıdır. Hem gerçek kişi hem de kurum yarattıkları ve toplumun kullanımına sundukları yapay zekâ sisteminden sorumlu olmalıdır. Yarattıkları yapay zekâ sisteminin bireylere ve kurumlara doğurabilecekleri zararları tazmin etme yükümlülükleri olmalıdır.

22 Yapay zekâ sistemleri hatalı, gerçek dışı, çarpıtılmış veriler kullanarak sonuçlar üretmemeli; bu yolla insanlara ve kurumlara zarar vermemelidir.

23 Yapay zekâ sistemleri kullandıkları algoritmaların detaylarını şeffaf bir şekilde kullanıcılarıyla paylaşmalıdır. Kullanılan algoritmalar izah edilebilir, açıklanabilir olmalıdır. Aynı zamanda yapay zekâ algoritmaları hesap verebilir ve doğuracağı zararlardan sorumlu tutulabileceği şekilde düzenlenmelidir. Ancak şeffaflık uygulaması gizlilik ve kişisel verilerin korunması gibi kurallara aykırı olmayacak şekilde kullanılmalıdır.

24 Yapay zekâ sistemleri kişilerin veya kurumların itibarını zedeleyecek şekilde kullanılmamalıdır.

25 Yapay zekâ sistemleri çevreye ve dünya varlıklarına zarar vermemelidir.

26 Yapay zekâ sistemlerinde kullanılan algoritmaların karar verirken, toplum menfaatlerini kişisel menfaatlerin üstünde değerlendirmesi sağlanmalıdır.

27 Yapay zekâ sistemleri uluslararası kanunlara ve görev yaptıkları ülkenin kanunlarına uyum içinde çalışmalıdır. Hiçbir kanun maddesine aykırı iş yapmamalıdır.

28 Yapay zekâ sistemleri güvenliği ön planda tutmalıdır. Güvenlik açıklarını bertaraf edecek risklere karşı koruyucu önlemler ve duvarlarla çevrilmeli ve korunmalıdır. Kişisel veya gizli bilgilerin korunması sağlanmalıdır.

29 Yapay zekâ sistemleri sürdürülebilirlik esasına göre kurulmalı ve çalıştırılmalıdır. Hizmet kesilmesi, sonlanması, aksaması, etkisiz hale gelmesi ve sürdürülebilirliği olumsuz etkileyecek her tür türlü riske karşı gerekli önlemler alınmalıdır.



30 Herhangi bir yapay zekâ sisteminin kurucusu kişi ve kuruluş yaptıkları ve kullanıma sundukları yapay zekâ sisteminin yaratacağı zararlardan ve olumsuz sonuçlardan sorumlu değildir diyemez. Sorumluluk sistemin değil bunu yapan kişi veya kuruluştur.

31 Yapay zekâ sistemleri şeffaf olmalı ve dış denetime açık olmalıdır.

32 Yapay zekâ sistemleri “due diligence” (durum tespit süreci), “supervision” (denetim gözetim), “whistle blowing” (ihbarcılık) gibi kalite kontrol mekanizmalarına açık olmalı ve bunların yapılabilmesine imkân sağlamalıdır.

33 Yapay zekâ konusunda toplumun bilinçlenmesi ve eğitilmesi gerekir. Bu konuda gereken bilgilendirme mesajları ve eğitimler devletin ilgili kurumu tarafından yapılmalıdır.

34 Yapay zekâ konusundaki uyuşmazlıkları ve davalara bakmak üzere özel bir mahkeme her ülkede görevlendirilmelidir.

35 Yapay zekâ uygulamalarının çevreye, tabiata, tabii kaynaklara, iklim değişikliklerine, gıda ekosistemine ve sürdürülebilir enerji kaynaklarına vereceği zararlar tespit edilmeli bu zararları en aza indirmek için kamu otoritesi tarafından gerekli önlemler alınmalıdır.



36 Yapay zekâ sistemleri ülkenin eğitim sisteminin ve kültürünün gelişmesi ve iyileşmesi için katkı sağlamalıdır.

37 Yapay zekâ sistemleri ülkedeki öğretmenlerin eğitilmesi ve öğrencilerin uzaktan eğitim (e-learning) sistemlerinin kullanılmasına imkân sağlamalıdır.

38 Yapay zekâ sistemleri kullanılarak öğrencilere etik eğitimi verilebilmelidir.

39 Yapay zekâ sistemleri işsizlerin iş bulmasına katkı sağlaması için geliştirilmelidir.

40 İnsan sağlığı konusunda yapay zekâ sistemleri aktif olarak çalışmalı ve insan sağlığını koruyacak uygulamalar geliştirilmelidir.

41 Yapay zekâ insanları tehdit etmek, korkutmak, kandırmak, aldatmak, yanıltmak, yanlış yönlendirmek maksatları ile kullanılamaz.

42 Yapay zekâ sistemleri hiçbir maksatla ve nedenle manipülasyon yapmak maksatlı kullanılmamalıdır.

43 Yapay zekâ sistemleri çocuklar, göçmenler gibi yaralanabilir gruplar hakkında ön yargılı olmamalı, ayrımcılık ve taraf olacak şekilde kullanılmamalıdır.

44 Yapay zekâ sistemleri her çeşit ayrımcılığı önlemeli, insanları propaganda, politik yönlendirme ve manipülasyondan korumalıdır.

45 Yapay zekâ sistemleri hukuk önünde gerçek kişi gibi mütalaa edilemez. Ancak yapay zekâ sistemleri hukuk önünde tüzel kişi olarak yaptıklarından sorumlu tutulmalıdır.

46 Yapay zekâ sistemleri herhangi bir kişiyi etkileyecek bir karar alıp uygulamadan önce söz konusu kişiyi uyarıp onun ön onayını almalıdır. Bunun kabul edilir bir onay olabilmesi için aşağıdaki 5 unsurun dikkate alınması gerekir:

- Toplanan bilgilerin ne şekilde, nasıl, hangi amaçla ve nerelerde kullanacağı konusunda detaylı bilgilendirme yapılmalıdır.
- Kişinin yapay zekâya vereceği hakların kapsamı doğru olarak açıkça belirlenmelidir.
- Yapay zekâya verilen yetkinin detaylı ve anlaşılır bir şekilde açıklanması gerekir.
- Yapay zekâ uygulamasından etkilenecek kişinin gönüllü olarak rızasının alınması gerekir.
- Yapay zekâ uygulamadan etkilenecek tüm taraflar için adil olmalıdır.

47 Yapay zekâ sistemlerini kullanarak kişisel bilgileri toplayan, biriktiren, analiz eden, başka şirketlere veren veya satan şirketler ve platformlar (Google ve Facebook gibi) topladıkları kişisel bilgilerle bilgi sahiplerine zarar verecek hiçbir tasarrufta bulunmamalıdır. Söz konusu bilgileri bilgi sahiplerinin yararına ve faydasına kullanmak zorundadırlar.

48 Yapay zekâ ile çalışan şoförsüz arabalar, hiçbir insana isteyerek ve bilerek zarar vermeyecek şekilde; hız azaltma, acil fren yapma, direksiyon kırma gibi gereken önlemleri alacak algoritmalarla çalışmalıdır. ☹



Siber Güvenlikte Liderlerin İlk Tercihi

www.securefuture.com.tr

[in](#) [f](#) [X](#) [ig](#) /securefuturetr

Detaylı bilgi ve
demo talepleri için :



Görünmez gücü inşa etmek: **Paywall'un** **fintek yolculuğu**

Finans ve teknoloji dünyası; yeniliğin, cesaretin ve doğru zamanda atılan adımların birleşimiyle dönüşüyor. Bu dönüşümün en önemli aktörleri arasında yer alan girişimler, yalnızca ürün ve hizmetleriyle değil, aynı zamanda yarattıkları etkiyle de sektöre yön veriyor. Bu vizyonla yola çıkarak girişimcilik ekosisteminin nabzını tutacak yeni bir yazı dizisi başlattık: “Fikirden Güce”...

Her ay bir girişimin kurucusuyla yapacağımız bu söyleşilerde, fikirden doğan yolculukları, karşılaşılan zorlukları, dönüm noktalarını, vizyonları ve geleceğe dair planları konuşacağız. Amacımız, finansal teknolojiler alanında fark yaratan girişimlerin hikâyelerine görünürlük kazandırmak, ilham vermek ve yeni iş birliklerinin önünü açmak.

Serimizin ilk konuğu, ödeme teknolojileri alanında geliştirdiği çevik altyapı çözümleriyle dikkat çeken Paywall oldu. Kurucusu Arif Ferah, yalnızca güçlü bir teknoloji inşa etmenin değil, aynı zamanda “bir ekip ruhu” yaratmanın da başarısındaki payını vurguluyor.

Türkiye’den başlayıp Doğu Avrupa’ya uzanan büyüme stratejisiyle Paywall, fintek dünyasında sesini giderek daha güçlü duyurmayı amaçlıyor.

Arif Bey, önce sizi biraz daha yakından tanıyalım. Girişim yolculuğunuz nasıl başladı, sizi bu noktaya getiren deneyimlerinizden kısaca bahseder misiniz?

Yaklaşık 10 yıl önce, şu anki ortağım Enes ile tanıştım. İlk girişimimizi birlikte kurduk. Enes inanılmaz bir yazılımcıydı; ne hayal etsek klavyeye dökabiliyorduk. Paywall’dan önce yaptığımız neredeyse tüm işler aslında kendi ihtiyaçlarımızı kolaylaştırmak içindi. Ancak bu kadar kendi rafine ihtiyaçlarımıza odaklanınca, çoğu girişimimiz başarısız oldu.

Arif Ferah
Paywall Kurucusu

Yine de bu süreç bize çok şey öğretti. O dönem hayal ettiğimizi hayata geçirebildiğimizi görmek, ister başarılı ister başarısız olsun, bugün sahip olduğumuz deneyimin temelini oluşturdu.

Paywall fikri nasıl doğdu? Bu işi kurma kararını almanızda sizi en çok motive eden etken neydi?

Finans sektörü çok farklı bir dünya. Hemen her şey regüle ve oyuncular bu kısıtlı alanda yenilikçi çözümler geliştirerek fark yaratmaya çalışıyor. Paywall'ı kurduğumuzda ilk hedefimiz, önceki deneyimlerimizden gelen kapalı devre dijital cüzdan çözümünü bulut tabanlı ve düşük maliyetli bir yapıya dönüştürmekti. Ancak müşterilerimiz bizden dijital cüzdan içine para yükleyebilecekleri farklı yöntemler talep etmeye başladı. Bu ihtiyaç da Paywall'un yönünü değiştirdi. İlk haftada pivot ettik ve orkestrasyon çözümüne, sonrasında ise "Fintech Service Builder" dediğimiz yapıya evrildik.

Bu noktada beni en çok motive eden, tam merkezde yer alıp yüzlerce işletmeye hizmet verirken aynı zamanda devasa bir veri ekosisteminin içinde bulunmak oldu.

"KAZANIRKEN RİSKE GİRME CESARETİNİ GÖSTERDİK"

Girişimciliğin ilk yılları genellikle zorlu geçer. Sizin yolculuğunuzda "kritik dönüm noktaları" neler oldu?

Türkiye'nin sayılı üniversitelerinden birini bıraktıktan sonra her şeyi kendi başıma öğrenmek zorunda kaldım. Ortağımla birlikte neyi yapmamamız gerektiğini deneyimleyerek öğrendik. Bizim için en kritik dönüm noktası, Amerika'daki bir projemizden çok iyi kazanç elde ederken her şeyi bırakıp Paywall'ı kurmaya karar verdiğimiz andı.

Kazanırken riske girmek delilik gibiydi ama biz bu cesareti gösterdik. Tüm odağımızı tek bir işe verdik. Sonuçlarını da bugün hep birlikte görüyoruz.

Paywall'u pazardaki benzer çözümlerden ayıran, sizin de en gurur duyduğunuz farklar neler?

Biz sektörel dominasyona inanıyoruz. Girdiğimiz her sektörde ürünümüz, o sektörün özel ihtiyaçlarına göre kendini şekillendiriyor. Müşterilerimizin geri bildirimleriyle yeniden geliyor. Bugün birçok rakibimizin sahip olmadığı sektörel derinlikte onlarca servise sahibiz. Bu servisler, müşterilerimizin bizimle ürünün gelişimine yaptığı katkılarının sonucu.

Ayrıca inanılmaz çevik bir ekibimiz var. Belki şaşırtıcı gelecek ama çalışan başına gelir oranımız oldukça yüksek. Az ama güçlü bir ekiple çok iş yapabiliyor, büyürken bile çevikliğimizi koruyabiliyoruz.

DOĞU AVRUPA STRATEJİSİ DEVREYE ALINDI

Pazarın büyüklüğü ve hedefleriniz hakkında neler söylersiniz? Önümüzdeki 3-5 yılda Paywall'ı nerede görmek istiyorsunuz?

Pazar çok hızlı büyüyor ve biz tam da en verimli katmandayız. Önümüzdeki dönemde en büyük hedefimiz, gelirimizin önemli bir kısmını yurt dışı pazarlardan elde etmek.

Bu kapsamda Doğu Avrupa stratejimizi devreye aldık. Maca-

Paywall

ristan merkezli olarak Polonya, Romanya ve çevre pazarlarda aktif faaliyet gösteren bölgesel bir fintek olmayı hedefliyoruz.

“

Macaristan merkezli olarak Polonya, Romanya ve çevre pazarlarda aktif faaliyet gösteren bölgesel bir fintek olmayı hedefliyoruz.

”

Müşteri portföyünüzde hangi sektörler öne çıkıyor?

Müşteri portföyümüz hızlı büyüyen işletmelerden oluşuyor. Özellikle hizmet, araç kiralama, sigortacılık ve mikro mobilite sektörlerinde oldukça güçlü bir konumdayız.

Bugüne kadar herhangi bir yatırım aldınız mı ya da yatırım süreçleri yürüttünüz mü? Büyüme yolculuğunuzda yatırımın nasıl bir rolü olmasını planlıyorsunuz?

Evet, yatırım aldık. Şu anda yatırımcımız idacapital. Vizyonu- nuza gerçekten inanan yatırımcı bulmak oldukça zor ama biz bu anlamda şanslıyız. Sadece sermaye değil, vizyon da paylaşılabildiğimiz bir yatırımcıya sahibiz.

Yatırım almak zor. Ancak asıl zorluk, o yatırımı doğru değerlendiren tekrar yatırım alabilecek bir yapı kurmakta. Biz bu dengeyi korumaya çalışıyoruz.

Ödeme sistemlerine baktığınızda önümüzdeki 5-10 yıl için nasıl bir gelecek görüyorsunuz? Paywall bu gelecekte kendini nerede konumlandırıyor?

Ödeme dünyası çok hızlı bir dönüşüm içinde. Artık odak noktası sadece "ödeme almak" değil, ödemenin arkasındaki veri, akış ve kullanıcı deneyimi. Önümüzdeki 5-10 yılda ödeme sistemlerinin tamamen entegre, görünmez ve akıllı hale geldiğini göreceğiz. Fiziksel POS'lar, dijital cüzdanlar, kripto altyapıları ve açık bankacılık çözümleri tek bir orkestrasyon katmanında birleşecek. İşletmeler, hangi kanaldan ödeme aldığına değil, nasıl en verimli şekilde yönettiğine odaklanacak. Bu dönüşümün merkezinde ise yapay zekâ olacak: Fraud önleme, akıllı yönlendirme, dinamik fiyatlandırma ve müşteri davranış analizi artık manuel değil, otonom biçimde işleyecek.

Paywall tam da bu geleceğe hazırlanıyor. Biz kendimizi sadece bir "ödeme orkestrasyonu" değil, fintek servislerini inşa eden bir altyapı sağlayıcı olarak konumlandırıyoruz. Fraud LLM projemizle, finansal riskleri insan dilinde anlayabilen yapay zekâ katmanları geliştiriyoruz. Aynı zamanda işletmelere, bankalara ve finteklere kendi ödeme stratejilerini oluşturmaları için bir "tool-kit" sunuyoruz.

Özetle, gelecekte ödeme sistemlerinin arka planındaki görünmez güç olmayı hedefliyoruz. İşletmeler ödemeleri yönetirken, onların tüm finansal teknolojilerini akıllı, güvenli ve verimli hale getiren platform Paywall olacak.



“

Paywall kendini sadece bir ödeme orkestrasyonu' değil, fintek servislerini inşa eden bir altyapı sağlayıcı olarak konumlandırıyor. Fraud LLM projemizle, finansal riskleri insan dilinde anlayabilen yapay zekâ katmanları geliştiriyoruz. Aynı zamanda işletmelere, bankalara ve finteklere kendi ödeme stratejilerini oluşturmaları için bir 'toolkit' sunuyoruz.

”

“BİZ PAYWALL'UZ!”

Okurlarımız arasında mutlaka sizle iş birliği yapmak isteyen sektör temsilcileri, girişimciler de olacaktır. Onlara nasıl bir çağrınız olur?

Paywall olarak büyümeyi her zaman iş birliği odaklı görüyoruz. Bugün bankalar, sigorta şirketleri, e-ticaret platformları ve finteklerle ortak projeler yürütüyoruz. Amacımız sadece bir servis sunmak değil, partnerleri-

mizin ihtiyaçlarına göre birlikte değer üretecek altyapılar inşa etmek. Yeni pazarlarda da aynı yaklaşımı sürdürüyoruz. Birlikte inovasyon yapan, birlikte büyüyen bir ekosistem kurmak istiyoruz. Kısacası, kapımız birlikte büyümek isteyen herkese açık.

Paywall'un hikâyesine dönüp baktığınızda, sizi en çok gururlandıran an veya başarı neydi?

Bir gün, oldukça hararetli bir toplantı sırasında ekibimizin en genç üyesi bir anda ortaya atılıp, “Biz neyi tartışıyoruz? Herkes Paywall için çalışıyor, onunla yatıp kalkıyor. Biz Paywall'uz!” dediğinde...

O an gerçekten gurur duydum. Çünkü o söz, bizim sadece bir şirket değil, bir ekip ruhu oluşturduğumuzu gösteriyordu.

Son olarak, sizi biraz daha yakından tanıyalım. İş dışında neler yaparsınız? Özel ilgi alanlarınız ya da sizi dinlendiren aktiviteler neler?

Çocukluğumdan beri ekstrem sporlara ilğim var. Yıllardır dağcılıkla uğraşıyorum. Doğada olmayı, sessizliği ve sade yaşamı seviyorum. Boş zamanlarımda sporun yanı sıra bol bol kitap okuyorum. Bence zihni en çok dinlendiren şeylerden biri, iyi bir hikâyeye dalmak.



⊖



SEKURA

TÜRKİYE'NİN EN YENİ KART MERKEZİ HİZMETİNİZE HAZIRDIR



Göçebe yollarından dijital raylara:

KAZAKİSTAN'IN FİNANSAL DEVRİMİ



Mikro kredi veren bir uygulamadan kısa sürede Kazak nüfusunun yüzde 75'ine hizmet veren tam ölçekli bir süper uygulamaya dönüşen Kaspi öncülüğünde Kazakistan, yüzde 85 nakit temelli ekonomiden yüzde 85 nakitsiz ekonomiye geçti. İşte Harvard Business School'da case study olmayı başaran bu sıra dışı girişimin başarı öyküsü...

Kazakistan'da sadece Kazakların yaşadığını mı düşünüyorsunuz? Ülkede 130'dan fazla farklı etnik köken olduğunu biliyor muydunuz? Hal böyle olunca tercih edilen ödeme yöntemlerinde de büyük bir çeşitlilik olduğunu kolayca tahmin edebiliriz.

Uluslararası fintek danışmanı Shaul David, The Fintech Times'taki analizinde, Kazakistan'daki ödeme sektörüyle ilgili çarpıcı tespitler ortaya koyuyor. Bu ülkede üç hafta geçiren David, QR devriminde konvansiyonel Kazakistan bankalarının değil bir teknoloji şirketi olarak yola çıkan Kaspi'nin öncülük ve hakimiyetine dikkat çekiyor.

Nakitsiz ekonomiye en hızlı geçiş

Kaspi'nin hisseleri NASDAQ'ta işlem görüyor ve piyasa değeri 15 milyar doların üzerinde. Mikro kredi veren bir uygulamadan kısa sürede Kazak nüfusunun yüzde 75'ine hizmet veren tam ölçekli bir süper uygulamaya dönüşen Kaspi, Harvard Business School'da

vaka çalışması (case study) olmayı başardı. Kaspi öncülüğünde Kazakistan, yüzde 85 nakit temelli bir ekonomiden hızlı bir şekilde yüzde 85 nakitsiz bir ekonomiye geçti. Kaspi, bankalara ulaşmakta sorun yaşayan ama akıllı telefon meraklısı bir kitleyi hedef alıp, mobil ödemeler ve taksitli tüketici kredilerine odaklanarak işe başladı. Sonrasında e-ticaret, fatura ödemeleri, ulaşım ve devlet hizmetlerine doğru agresif bir şekilde yayıldı.

Aylık 12 milyondan fazla aktif kullanıcısı olan Kaspi, bir bankadan çok daha fazlası; Çin'in WeChat'i veya Endonezya'nın GoTo'suna benzer günlük yaşam için bir işletim sistemi konumunda.

Bugün küçük esnaf da dahil olmak üzere hemen her kişi ve işletme, Kaspi QR kodu aracılığıyla dijital ödemeleri kullanıyor ve kabul ediyor. Kaspi'nin çevrimiçi mağazası, 2024 ortalarına kadar 721 binden fazla aktif satıcıya sahipti ve rakiplerini büyük ölçüde geride bıraktı. Medium'a göre bu, ülkenin toplam çevrimiçi satış hacminin yaklaşık yüzde 70'ini oluşturuyor.

Diğer bankalar da harekete geçti

Kaspi'nin başarısı, Kazakların finansal kullanıcı deneyimlerine alıştığını ve talep ettiğini ortaya koyuyor. Nitekim diğer bankalar da bankacılık uygulamalarında güçlü ve rekabetçi bir kullanıcı deneyimi yaratmaları gerektiğini fark ederek harekete geçti.

Bankalar, Kaspi'ye yalnızca daha iyi bir bankacılık uygulaması oluşturarak yanıt vermiyor. Birçoğu bunun ötesine geçip, bir işletme ağı oluşturmak için ekosistem iş modeline yatırım yapıyor. Örneğin Freedom Bank ve Vodafone, Freedom Mobile'ı piyasaya sürdü. Jusan Bank, Kcell, Forte Bank da Beeline Mobile ile ortaklık kurdu.

Biraz farklı bir yaklaşım benimseyen Bank CenterCredit ise mevcut müşteri tabanına göre uyarlanmış kendi finansal ve finansal olmayan ürün pazarını geliştirmek için Çinli Ant Group Digital Technologies ile ortaklık başlattı.

KOBİ tarafı hala bakir

KOBİ'ler, Kazakistan GSYİH'sinin yaklaşık yüzde 30'unu oluşturuyor. Bankaların, bu kesime de yeterince ulaştığı söylenemez. Kaspi'nin etkisi de henüz bu sektöre uzanabilmiş değil. KOBİ'lerin çoğu hala verimli krediye, işletme sermayesine ve dijital araçlara erişmiyor. Gerek yerel gerekse bölgesel fintek girişimleri, bu açığı kapatmak için devreye giriyor. Mikro kredilerden dijital defter tutmaya, tedarik zinciri finansmanından gömülü ödeme çözümlerine kadar, KOBİ'lerin çalışma şeklini modernize etmeyi amaçlayarak büyüyen bir ekosistem var.

Açık bankacılık için tüm sınırlar zorlanıyor

Açık bankacılık ve finansal API'lerin norm haline geldiği Batı Avrupa'nın aksine Kazakistan fintekleri, genelde kamu hizmetleri ödeme geçmişi, mobil kullanım modelleri ve hatta Kaspi işlem akışları gibi alternatif göstergelerden yararlanarak resmi finansal verilere sınırlı erişim çerçevesinde çalışıyor. Ancak Kazakistan Merkez Bankası (NBK), finteki önemli bir stratejik hedef olarak belirledi ve ülkenin temel finansal altyapı-



sını ve buna erişimi iyileştirmek için adımlar attı. Ülke yönetimi, açık bankacılık başta olmak üzere dijital ödeme reformlarının hızlı bir şekilde başlatılması için her türlü imkanı zorluyor. NBK, bu doğrultuda, açık API teknolojisi sandbox'ı oluşturarak, piyasa katılımcılarının açık API'leri kullanarak fintek çözümlerini test etmelerini ve iyileştirmelerini sağlayacak iş birliği bir platform oluşturdu.

Shaul David'e göre, yine de her girişimcinin bu sandbox'tan yararlanabilmesi biraz zaman alacak. Büyük bankalar için tam ölçekli API dağıtımı devam ederken, ikinci kademe kurumların dahil olabilmesi için birkaç daha yıl beklemesi gerekiyor.

"Dizginler gevşek, yolculuk yeni başladı"

Sonuç olarak David, "Fintekler için artık su geri akmaz" diyor ve ekliyor: "Kazakistan; ihtiyaç, talep, ölçek ve stratejik niyetle şekillenen entegre, mobil öncelikli finans için bir laboratuvar. Rahatlığın ötesinde fırsat yatar. İster yetersiz bankadaki KOBİ'lere hizmet vermek, ister dikeye özgü finansal araçlar oluşturmak veya endüstri düzeyinde gömülü finansmanı mümkün kılmak olsun, Kazakistan'da fintek girişimciliği için verimli bir zemin var. Dizginler gevşek ve yolculuk daha yeni başladı."



“FİNTEK BİR İNSAN OLSAYDI, MUTLAKA KADIN OLURDU!”



E-Kent

Ayça Gül Eriş
E-Kent
Genel Müdür Yardımcısı



Çocuk yaşta merak etmeyi, öğrenmeyi ve mücadele etmeyi hayatının merkezine almış bir isim. Bankacılıktan fintek dünyasına uzanan 20 yılı aşkın yolculuğunda, her adımında yeni bir şey öğrenmiş, her dönüşümü fırsata çevirmiş bir lider...

Ayça Gül Eriş, E-Kent'in Genel Müdür Yardımcısı olarak yalnızca büyük projelere değil, insanların günlük yaşam alışkanlıklarına dokunan teknolojilere yön veriyor. Kariyerinde konfor alanından çıkmayı, yeniden başlamayı ve değişimi kucaklamayı seçmiş. Bugünse kadın liderliğin gücünü, sezgisel zekâyla birleşen stratejik vizyonun nasıl fark yarattığını bizlere gösteriyor...



Tülin Çakmak
tcakmak@psmmag.com

Zirve Sohbetleri

Sizi biraz daha yakından tanıyabilir miyiz? E Kent'le kesişen kariyer hikayenizi anlatır mısınız?

Hayata 1-0 önde başladığıma inanırım. Yaşça büyük iki ağabeyim sayesinde çocukluğum hep onların çevresinde, öğrenerek geçti. Bu da beni yaşlılarımdan hep bir adım öne taşıdı. Okul yıllarımda derslere son gün çalışan, zamanının çoğunu arkadaşlarıyla geçirmeyi seven sosyal biriydim. Hâlâ insanlarla iletişim kurmayı, onları dinlemeyi ve her deneyimden bir şey öğrenmeyi çok severim.

Öğrenmek, üretmek ve gelişmek hayatımın merkezinde yer alıyor. Haksızlığa tahammül edemeyen bir genç olarak ilk meslek hedefim avukat olmaktı. Ancak yolum beni Marmara Üniversitesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü'ne götürdü.

Geçici bir deneyim diyerek çağrı merkezinde başlayan bankacılık kariyerim, 11 yılın sonunda beni Ödeme Sistemleri Proje ve Süreç Geliştirme Müdürü pozisyonuna taşıdı. Bu süreçte Marmara Üniversitesi'nde Bankacılık Yüksek Lisansı'mı da tamamladım. Ödeme sistemleri için ürün, portföy yönetimi ve ürün geliştirme olarak tüm birimlerde çalıştım; temassız kartlar, NFC ile ödeme, üniversite kimlik kartları, co-brand, taraftar kartlar gibi yenilikçi projelere imza attık.

Sonrasında Türkiye'nin en büyük taraftar kart projesi olan Passolig için Aktif Bank'a geçtim. Ekosistem içinde farklı bölüm ve iştiraklerde çalıştıktan sonra son durağım E-Kent oldu. 6 yıldır Operasyon, Proje ve Süreç Yönetiminden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak görev yapıyorum.

Kariyerinizde sizi en çok değiştiren, şekillendiren an hangisiydi?

11 yıllık konfor alanından çıkıp Aktif Bank'a başlamakla birlikte, kariyerimde ilk kez kendimi yeniden ispatlama fırsatı buldum. Ülke çapında ses getiren, hatta o dönem için riskli bir projeye adım atıyorduk. Erkek egemen bir dünyada; spor kulüpleri, futbol, taraftarlar ve ödeme sistemlerinin dinamiklerini bir araya getirir-

ken sıfırdan yepyeni süreçler tasarlamamız gerekiyordu. Bir gün sahada futbol maçlarını deneyimlerken, ertesi gün yeni çıkan yönetmeliklere nasıl uyum sağlayacağımızı çalışıyorduk. Aktif Bank ekosistemine katılmakla birlikte hayatıma, biletleme (etkinlik ve futbol) ve elektronik ücret toplama sistemi (toplu ulaşımında kullanılan ödeme çözümleri) de dahil oldu.

2 yıl önce E-Kent Europe'u kurarak global ödeme sistemleri dünyasına adım attık. Son olarak, E-Kent iştiraki Passo A.Ş. ile e-ticaret alanında yeni bir yolculuğa başladık. Tüm bu deneyimler, kariyerimde bana hem büyük bir vizyon kazandırdı hem de herkese nasip olmayacak kadar zengin bir öğrenme süreci sundu.

E-Kent açısından 2025 nasıl geçiyor?

E-Kent'te hayat her zaman hareketlidir. Biz de yılın ilk yarısını büyük ve etkili projelere imza atarak geçirdik. Bu çalışmalardan ilk aklıma gelenler arasında Passolig Kart'ın Passo Taraftar Kart dönüşümü, Türkiye Kart iş birliğiyle ulaşım alanında yeni şehirlerin bünyemize katılması ve Passo mobil uygulamasının super app yolculuğunun başlangıcı yer alıyor. Şimdi odağımızı 2026 hedeflerimize çevirdik ve yoğun bir hazırlık süreci içerisindeyiz.

Ödeme dünyası sürekli değişiyor ve dönüşüyor. Bu dinamik yapı içinde bulunmak sizi nasıl motive ediyor?

Evet, ödeme sistemleri dünyası çok hızlı evriliyor ama her değişim aslında yeni bir öğrenme ve gelişim fırsatı demek. Dijital dönüşümün içinde yer almak sadece bir sektörü değil; ulaşım, etkinlik, spor, e-ticaret gibi alanları da etkileyerek insanların günlük yaşam alışkanlıklarında da fark yaratma imkânı sunuyor.

Örneğin, mobil ödemeyle ulaşım kartına dolum imkanı sunan ilk operatörüz. Çok yakın zamanda yine ulaşım ödemelerinde BKM'nin sunduğu TR Karekod ödeme opsiyonunu entegre edeceğiz. Geçen yıl da Pay N Kolay ile e-ticaret pazaryeri POS geliştirmelerini yapmıştık.



Bu yoğun tempo beni motive ediyor. Durağan bir düzende çalışmaktansa, yeniliklerin merkezinde olmayı tercih ediyorum.

Sektörünüzdeki değişimin odağında neler görmek istersiniz?

Teknolojiden çok insanı görmek isterim. Çünkü her yeniliğin amacı, kullanıcıların hayatını kolaylaştırmak ve onlara güvenli, sorunsuz bir deneyim sunmak olmalı. E-Kent ve Passo'daki deneyimlerim bana şunu gösterdi: Ödeme sistemleri artık yalnızca finansal işlemleri kolaylaştıran araçlar değil, aynı zamanda hayatın akışına dokunan güçlü birer ekosistem. Bunun yanında dijital kimlik, yapay zekâ destekli güvenlik sistemleri ve sürdürülebilir altyapılar sektörün geleceğini şekillendirecek en önemli unsurlar olacak.

Türkiye'de finansal teknolojiler ekosisteminin gelişimini nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu değişimde kadınların etkisi ve katkısı hakkında neler söylemek istersiniz?

Bu ekosistemin gelişiminde beni en çok heyecanlandıran, artık sadece büyük kurumların değil, genç girişimcilerin ve özellikle kadın profesyonellerin de aktif rol almaya başlaması.

Bazen düşünüyorum; fintek bir insan olsaydı, kesin kadın olurdu. Çünkü fintek de tıpkı kadınlar gibi çok yönlü, sezgisel, dayanıklı ve sürekli dönüşüm içinde. Hem analitik hem yaratıcı düşünebilen, aynı anda pek çok süreci yönetebilen bir yapısı var. Fintekin bu esnek, yenilikçi ve çözüm odaklı doğası bana kadınların gücünü, yaratıcılığını ve üretkenliğini hatırlatıyor.



Finans sektöründe kariyer yapmak isteyen genç kadınlara, özellikle ilk adımlarını atarken hangi önerilerde bulunmak istersiniz?

Finans dünyasında sayısal veriler kadar insan ilişkileri de önemli. İletişim kurmayı, ekip içinde iş birliği yapmayı, fikirlerini ifade etmeyi öğrenmek çok kıymetli. Başarı sadece bilgiyle değil, tutum ve duruşla da gelir. Finans sektöründe kariyer yapmak isteyen genç kadınlar bunu asla göz ardı etmesinler ve mutlaka cesur olsunlar, merak etsinler ve kendilerini sürekli güncellesinler. Çünkü finans sektörü kadar kadınların gücü de sürekli geliyor.

Önümüzdeki 3-5 yılda sektörde kadın liderlik görünümünü nasıl görüyorsunuz?

Bence önümüzdeki dönemde fintek dünyasında kadınların liderliği daha da görünürlük olacak. Çünkü finansın geleceği sadece teknolojiden değil, insanı merkeze koyan yeniliklerden geçiyor. Bu konuda kadınların sezgisel gücü, vizyonu ve dayanıklılığı da çok büyük bir fark yaratıyor.

Kız çocukları ve genç kadınlara yönelik sosyal sorumluluk projelerinde yer alıyor musunuz?

Biri üniversitede, diğeri ilkokulda okuyan iki kız çocuğum var. Ayrıca çevremde de çok sayıda güçlü kadın arkadaşım bulunuyor. Kendi tecrübelerimi de eklediğimde, kadınları ve onların hayata bakışını, yaşadıkları zorlukları oldukça iyi tanıdığımı söyleyebilirim. Bu farkındalığımı, dokunabildiğim her kadında bir faydaya dönüştürmeye çalışıyorum. Henüz eğitimlerimi tamamlamadım ama çok kısa bir süre içinde aktif olarak mentorluk yapmayı planlıyorum.

Sosyal sorumluluk tarafında ise şu anda bireysel olarak derneklere katkı sunuyorum. Önümüzdeki yıllarda bu alanda çok daha aktif bir rol almak en önemli hedeflerimden biri.

İş dışında Ayça'yı tanımak istesek, özel ilgili alanlarınız hobileriniz ya da sizi dinlendiren aktiviteler neler?

İstanbul gibi bir metropolde ve böyle hareketli bir çalışma hayatında, aileme de katkı sağlayacağı için özel ilgi alanım sağlıklı beslenmek. Sürekli araştırma yapmayı ve mutfakta fazlaca zaman geçirmeyi gerektirse de çağımızda sağlıklı beslenmenin her zamankinden daha önemli olduğuna inanıyorum. Seyahat etmek de en büyük tutkularımdan biri. Yeni yerler keşfetmek, farklı tatlar denemek hem zihinsel olarak beni dinlendiriyor hem de farklı kültürlerin alışkanlıklarını tanımak bana büyük bir keyif veriyor.

Son bir mesajınız olursa almak isteriz...

Hayatta en büyük motivasyonum, hem işte hem de özel hayatta dokunduğum insanlarda kalıcı bir iz bırakabilmek. Öğrenmeye, paylaşmaya ve üretmeye devam ettikçe her şeyin gerçek anlamını bulduğuna inanıyorum. Yolumun öğrenmeye, ilham vermeye ve fark yaratmaya devam eden bir hikâyeye dönüşmesini diliyorum. ☺

Bütünleşik Finans Sağlayıcı

1. [Bütünleşik Finans] 2. [Sağlayıcı]

1. Finansal ürün ve hizmetlerin, finansal olmayan ürün ve iş modellerine sorunsuz şekilde uçtan uca entegre edilmesidir.

2. Param ♥

PARAM

param.com.tr

©2025, TURK Elektronik Para A.Ş.
tüm hakları saklıdır.



Yapay zekâ bankaların 170 milyar dolarını silebilir!

McKinsey'ye göre yapay zekâ, bankacılıkta verimlilik çağını başlatırken klasik kâr modellerini tehdit ediyor. Şirket, yapay zekânın yükselişinin bankaların kârını 170 milyar dolar düşürebileceği konusunda uyarıyor. Yeni döneme erken uyum sağlayanlar kazanacak, geç kalanlarsa sistemden silinecek...



McKinsey & Company'nin yayınladığı "Küresel Bankacılık Yıllık İncelemesi 2025" raporuna göre, yapay zekâ önümüzdeki 10 yılda küresel bankacılık kârlarından 170 milyar doları silebilir. Danışmanlık şirketi, yapay zekânın verimlilik açısından sunduğu devasa potansiyele karşın bireylerin finansal kararlarını optimize etmek için bu teknolojiye yararlanmasının, uzun süredir istikrarlı şekilde büyüyen kâr havuzlarını sarsabileceği uyarısında bulunuyor.

Küresel bankacılık güçlü ama geleceğe dair soru işaretleri artıyor

Geleneksel bankalar ve banka dışı sağlayıcılar dahil olmak üzere küresel bankacılık sistemi, 2019-2024 arasında 122 trilyon dolarlık büyüme kaydetti. Bankaların risk maliyeti düştükten sonraki gelirleri 2024'te rekor 5.5 trilyon dolara ulaştı. Net gelir ise 1.2 trilyon dolarla tüm sektörler arasında bugüne kadarki en yük-

sek seviyeye çıktı.

Ancak sermaye piyasaları, bankaların değer yaratma potansiyeline temkinli yaklaşıyor. Çünkü bankacılığın değerlemesi hâlâ diğer tüm sektörlerin ortalamasının yaklaşık yüzde 70 gerisinde.

McKinsey, bu kopukluğun nedenini "kısa vadeli bir bolluk dönemi" olarak açıklıyor. Yüksek faiz oranları ve düşük risk maliyetleriyle desteklenen güçlü gelirler, bankacılığın uzun vadeli sorunlarını gölgeliyor. Özkaynak kârlılığı (ROE) sermaye maliyetini zar zor karşılıyor. Ortalama defter değeri ise 1.67 ile diğer sektörlerin ortalamasının altında.

Öte yandan bankalar, yıllık 600 milyar doların üzerinde teknoloji harcaması yapılmasına rağmen verimlilikte hala geride. Müşteri segmentasyonu stratejileri sonuç vermiyor. Sermaye verimliliğinde ise kapsamlı dönüşümler yeterince etkili olamıyor. McKinsey, bankaların "makro odaklı, ölçek bazlı stratejilerinin" artık sürdürülebilir olmadığını belirtiyor.

Yapay zekâ tehdit ve fırsatları birlikte getiriyor

McKinsey, yapay zekâyı bankalar için “iki ucu keskin kılıç” olarak tanımlıyor. Raporda yapay zekâyı erken benimseyen bankaların, işletme maliyetlerinde yüzde 20’ye varan azalma ve özkaynak getirisinde 4 puanlık artış elde edebileceği belirtiliyor.

Ancak geride kalanlar için tablo farklı. Müşteriler kişisel verilerini analiz eden, yatırım önerileri sunan veya işlemleri otonom biçimde gerçekleştiren yapay zekâ araçlarına yöneldikçe, bankaların aracı rolü zayıflayabilir. Yani en büyük tehdit, teknoloji devlerinden veya finteklerden değil, müşterinin kendisinden gelebilir.

McKinsey Kıdemli Ortağı Pradip Patiath, bu değişimi şöyle özetliyor: “Bir yapay zekâ aracının size ‘Paranızı taşıyarak yılda 2 bin dolar tasarruf edebilirsiniz’ dediğini düşünün. Yapay zekâ bugün sistemde yaşanan ataletin çoğunu otomatikleştirmeye alıyor. Siz müşterinize bu hizmeti sunmazsanız, sunacak başka yere gider.”

McKinsey’nin hesaplamalarına göre, küresel tüketici bankacılığında tutulan 70 trilyon doların 23 trilyon doları sıfır faizli hesaplarda bulunuyor. Yapay zekâ, bu “atıl” fonları daha yüksek getirili ürünlere yönlendirebilirse, bankaların kârlarında yüzde 9 düşüş yaşanabilir. Bu da pek çok bankanın sermaye maliyetinin altına inmesi anlamına gelir.

Rekor kârlardan “hassas bankacılık” dönemine

McKinsey, sektörün bir sonraki evresinin “ölçek değil, kesinlik” üzerine kurulacağını öngörüyor. Hedefli teknoloji yatırımlarına odaklanarak veri ve yapay zekâ ile hiper kişiselleştirilmiş hizmetler sunan ve sermayeyi cerrahi bir disiplinle yöneten bankalar başarılı olacak. Raporda “hassas araç kutusu” olarak tanımlanan dört öncelik sıralanıyor: Hedefli teknoloji yatırımı, hiper kişiselleştirme, mikro düzeyde sermaye verimliliği ve stratejik, yetenek odaklı birleşmeler. McKinsey ayrıca, çevik stratejiler geliştiren küçük bankaların bile dev rakiplerini geride bırakabileceğini vurguluyor.

Bank of America’da yapay zekâ destekli asistan dönemi başladı

Bank of America, küresel ödeme çözümleri bölümü için geliştirdiği AskGPS adlı yapay zekâ destekli bilgi yönetimi asistanını resmen kullanıma sundu. Tamamı şirketin mühendislik ekibi tarafından geliştirilen sistem, 3 bin 200’den fazla dahili doküman üzerinde eğitildi. Ürün kılavuzları, teknik şartnameler ve sıkça sorulan sorular gibi kurumsal belgelerle beslenen yapay zekâ modeli, artık 40 binden fazla kurumsal müşteriye kişiselleştirilmiş yanıtlar üretebiliyor.

Bank of America GPS Veri ve Yapay Zekâ Başkanı Jarrett Bruhn, yapay zekâ öncesi süreçlerin yavaşlığını hatırlatarak şu değerlendirmeyi yapıyor: “Eskiden belgeleri bulmak için standart arama motorları kullanıyorduk. Ancak bunlar yalnızca yanıtı bulmayı değil, dokümanları göstermeyi sağlıyordu. Zor soruların yanıtını bulmak bazen 1 saati bulabiliyorduk.”

Bruhn, AskGPS’in 29 dili desteklemesinin, küresel ölçekte faaliyet gösteren birim için önemli avantaj sağladığını belirtiyor. Ayrıca aracın yeni çalışanların oryantasyon sürecini hızlandırdığını ve ürün bilgilerinin anında erişilebilir hale geldiğini vurguluyor.

“Bir toplantıda yeni bir finansal terim veya kısaltma geçtiğinde artık herkes saniyeler içinde doğru bilgiye ulaşabiliyor. AskGPS küresel ekibimiz için bilgiye erişimi demokratikleştiren bir rehber haline geldi” diyen Bruhn, yeni aracın farklı iş kollarına fayda sağlayacak uyarlanabilir bir platform olarak tasarlandığını da vurguluyor.



SWIFT, blokzinciri ile anlık sınır ötesi ödemeler dönemini başlatıyor

SWIFT, blokzinciri teknolojisini kullanarak küresel finansal kurumlara gerçek zamanlı ödeme altyapısı sunmaya hazırlanıyor. Kurum, blokzinciri tabanlı paylaşımlı bir dijital muhasebe defteri geliştirerek, finansal kurumlar arasında anında sınır ötesi işlemleri mümkün kılacak bir sistem kurmayı planlıyor.

Yeni paylaşımlı defter, akıllı sözleşmeler aracılığıyla işlemleri kaydedecek, sıralayacak, doğrulayacak ve kuralları otomatik olarak uygulayacak. SWIFT, kavram kanıtı sürecine girmeden önce sistemin ilk prototipini test edeceğini ve küresel ölçekli bir pilotun ardından tam uygulamaya geçeceğini açıkladı.

Girişim; JP Morgan Chase, HSBC, Deutsche Bank, Bank of America gibi 30’dan fazla uluslararası finans kuruluşuyla iş birliği içinde yürütülüyor. SWIFT ayrıca, blokzinciri şirketi Consensus ile kavramsal bir prototip geliştirmek üzere ortaklık kurdu. İlk aşamanın odak noktası, bankalar arasında gerçek zamanlı sınır ötesi ödemeler olacak.

Bu proje, SWIFT’in geçen yıl açıkladığı dijital varlık ve para birimi işlemleri denemeleriyle de örtüşüyor. Yeni sistem, hem dijital hem de itibari para birimleri arasında dönüşümlü işlem yapabilmeyi ve dağıtık muhasebe defteri teknolojileriyle (DLT) mevcut finansal altyapılar arasında tam birliktirlikte çalışabilirdiği hedefliyor. SWIFT, bu yapıya entegre “senkronize işlem” çözümleriyle gelecekte finansal kurumlara uçtan uca dijital bir ödeme ekosistemi sunmayı amaçlıyor.



VENTURE CAPITAL

Küresel VC yatırımı 120 milyar dolara ulaştı

➔ Küresel girişim sermayesi (VC) yatırımları, 2025'in üçüncü çeyreğinde 120 milyar dolara ulaşarak üst üste dördüncü çeyrekte de büyümesini sürdürdü. Bu artış, yapay zekâ teknolojilerindeki patlayıcı büyüme ve uzun süredir beklenen halka arz piyasalarının yeniden açılmasıyla desteklendi.

KPMG tarafından açıklanan verilere göre yapay zekâ, son dönemde açıklanan en büyük yatırım turlarının merkezinde yer aldı. ABD'de Anthropic AI'nin 13 milyar dolarlık ve xAI'nin 10 milyar dolarlık turları; Avrupa'da Mistral ve Nscale'in toplam 1.5 milyar dolarlık yatırımları, yatırımcı ilgisinin yönünü net biçimde ortaya koydu.

KPMG Özel Girişimler Küresel Başkanı Conor Mo-

ore, bu dönemi şu sözlerle özetliyor: "Artık girişimler yapay zekâyı iş modellerine entegre etmezlerse dikkat çekmeleri çok zor. Yapay zekâ, girişimcilikte yeni normal haline geldi."

Yapay zekâ etkisi yalnızca yazılım ve model geliştirme alanlarıyla sınırlı kalmıyor. Savunma teknolojilerinden sağlık teknolojilerine, kuantum bilişimden enerji verimliliğine kadar pek çok sektörde yatırımcılar artık yapay zekâ destekli çözümlere yöneliyor.

Altyapı tarafında da büyük bir sermaye akışı var. Veri merkezleri, yarı iletken üretimi ve enerji altyapısı gibi destekleyici sektörlerde de girişimler hızla fon buluyor.

Amerika önde, Avrupa yükselişte

Yılın üçüncü çeyreğinde Amerika kıtası, 3 bin 474 anlaşmada 85.1 milyar dolar toplayarak küresel yatırımın yüzde 70'inden fazlasını karşıladı. ABD, mega yapay zekâ anlaşmalarının etkisiyle 80.9 milyar dolar yatırım çekti. Kanada'da Cohere'in 600 milyon dolarlık fonlaması, Brezilya'da ise fintek odaklı yatırımların 1.1 milyar dolara ulaşması dikkat çekti.

Avrupa, 1.625 işlemde 17.4 milyar dolar yatırımla Asya'yı geride bırakarak ikinci büyük pazar konumuna yükseldi. Birleşik Krallık ve Fransa liderliğinde, fintek ve kuantum bilişim öne çıkan sektörler oldu. Dikkat çeken yatırımlar arasında Rapyd Financial Network (500 milyon dolar) ve Finlandiya merkezli IQM (320 milyon dolar) yer aldı.

Asya tarafında ise 2 bin 310 anlaşmada 16.8 milyar dolar değerinde yatırım gerçekleşti. Jeopolitik gerginlikler ve ekonomik yavaşlama yatırım iştahını sınırlasa da Çin, Hindistan ve Avustralya'daki büyük turlar, bölgedeki potansiyelin hâlâ güçlü olduğuna işaret ediyor. ☹



POS Kartın varsa komisyon ödemek yok

İşyerinizde Şekerbank POS kullanın, komisyon ödemedi
POS Kartınıza yüklenen satış tutarını, ertesi gün mal alımlarında ve
alışverişlerinizde değerlendirin.

Başvurunuzu, size en yakın Şekerbank şubesinde gerçekleştirebilirsiniz.



ERTESİ GÜN
%0
KOMİSYON

Bankamız, piyasa koşullarına göre kampanya ve ürün şartlarında değişiklik yapma/sonlandırma ve ürün başvurularını serbestçe değerlendirme hakkına sahiptir. Detaylı bilgiye bankamız resmi web sitesinden ve şubelerinden ulaşabilirsiniz.

Şekerbank

TROY'LA ÖDE, TÜRKİYE'MİZ SENİNLE KAZANSIN.

Hepimizin Gururu,
Türkiye'nin TROY'u.



BANKANIZDAN İSTEYİN. ✓

troy®