PSM
PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

Sayı: 176 / Fiyatı: 150 TL ARALIK 2025 www.psmmag.com

craftgate
Ödeme süreçlerinin verimli çalışması sürdürülebilir kârlılığın önemli bir parçası

Mastercard PSM Awards
ÖDÜL TÖRENİ
9 Aralık 2025

finrota
kredim
PayCore
NEBIM
twisto
ParamTECH
univera

ISSN: 2148-8983

PARAM Kurucu ve CEO'su Emin Can Yılmaz

"Bütünleşik finans hizmetlerimizle değer yaratmaya devam edeceğiz"

Gündem | Kulis | Dünya | Sağlık Seyahat | Konut DASK | BES | Sigorta verileri

Sigorta Gündem

Atamalar, terfiler

Sektörle ilgili son gelişmeler

Kim nereye transfer oldu?

Detaylı bilanço analizleri

Hepsi ve daha fazlası için

www.sigortagundem.com

PSM
PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

Sayı: 176 / ARALIK 2025 www.psmmag.com

Emre Sayın
Fraud.com CEO'su

"Güvenlik artık bir fren değil, büyümenin en güçlü motoru"

PSM
PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

ÖDEME SİSTEMLERİ SEKTÖRÜNÜN RAKİPSİZ DERGİSİ

Sektörün tüm temsilcilerini kapsayan zengin içerik

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

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

ERİŞİM MEDYA
RADYO TELEVİZYON VE DERGİ YAYINCILIK A.Ş

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.

Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

Dijital TL'yi 2026'dan itibaren daha çok konuşacağız

Avrupa Merkez Bankası (ECB), 2023 sonunda başlayan Dijital Euro hazırlık aşamasını büyük ölçüde tamamladı. Altyapı çalışmaları ise devam ediyor. ECB yetkilileri, gerekli yasal düzenleme yürürlüğe girerse 2027'de pilot uygulamanın başlayacağını, 2029'da da Dijital Euro ihracının mümkün olacağını açıkladı...

TCMB de tıpkı ECB gibi Dijital TL için 2020 yılından bu yana araştırma ve çalışmalar yürütüyor. İlk faz çalışmaları 2023 yılı sonunda tamamlanmıştı. Geçen ay ikinci faz çalışmalarının ilerleme raporu yayınlandı. İkinci faz tamamlandığında Dijital TL, muhtemelen "asgari çalışır ürün" (MVP) seviyesine ulaşacak. ASELSAN, HAVELSAN ve TÜBİTAK iş birliğiyle yürütülen projenin ikinci fazında temel odak noktalarını "programlanabilir ödemeler" ve afet durumlarında hayati önem taşıyan "çevrim dışı ödemeler" oluşturuyor.

Bu noktada, Dijital TL'nin halen kullanmakta olduğumuz TL'den farklı bir para birimi olmadığını belirtelim. Değeri de banknot ya da kaydi para gibi diğer Türk Lirası formlarıyla birebir aynı olacak. Yani bir nevi banknotun dijital ikamesi...

Dijital TL TCMB tarafından çıkarılacak (ihraç edilecek); lisanslı finansal aracı kurumlar da bu paranın dağıtımından sorumlu olacak. Yani tek bir otorite tarafından kontrol ya da denetimi gibi bir durum söz konusu değil. Yine banknota benzer şekilde, tek bir finansal aracı kuruma bağımlı olmadan kullanılabilecek. Dijital TL'yi kullanmak için illa ki online ortam da gerekmeyecek. İnternet veya mobil ağ erişiminin bulunmadığı durumlarda dahi işlem yapılmasına olanak tanıyan çevrim dışı ödeme işlevi geliştiriliyor.

Çevrim dışı ödemeler, doğal afetler gibi hizmet kesintileri sırasında veya ağ erişiminin sınırlı olduğu kırsal bölgelerde ödemelerin kesintisiz sürmesini sağlayacak. Bu özellik sadece acil durumlarla sınırlı kalmayıp, günlük hayatta da nakit benzeri bir deneyim sunarak tarafların tercihine göre kullanılabilecek. Dijital TL bakiyesinin saklanması için, cihaz çeşitliliği ve maliyet kısıtları nedeniyle özel donanım cüzdanlar veya sadece akıllı telefonlar yerine akıllı kartlar tercih ediliyor. Akıllı kartlar, telefonlardaki NFC özelliği sayesinde ek bir donanıma ihtiyaç duymadan kullanılabilecek. Ödeme bilgisinin taraflar arasında paylaşılmasında ise kullanıcı deneyimi gözetilerek karekod yöntemi benimseniyor.

İlerleme raporuna göre, sınır ötesi ödemelerdeki olası maliyet/hız sorunları ise dağıtık mimarilerle çözülecek. İkinci faz çalışmaları sonunda sınır ötesi ödemeler için prototip seviyesine ulaşılması hedefleniyor.

İkinci faz sonuçlanıp Dijital TL'nin tedavülüne karar verildiği takdirde yasal düzenlemeleri de kapsayan üçüncü faza geçilecek.

Ödeme sistemlerinin öncü ülkelerinden Türkiye, nedense regülasyonlar konusunda AB'yi geriden takip ediyor. Bakalım bu kez Dijital Euro ile birlikte 2029'da Dijital TL'yi de sahalarda görebilecek miyiz?

Keyifli okumalar.

www.psmmag.com

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

EDİTÖRLER
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. Hasırcıbaşı Cad. Hasırcıbaşı Apt.
No:15/3 Kadıköy/İstanbul Tel: 0216 550 10 61/62

BASKI
PLUSONE Basım Matbaa Ambalaj ve Reklam San. Tic. Ltd.
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 • ARALIK 2025

6 Yapı Kredi, "Sınırları Kaldıran Kadınlar" ile bir araya geldi

10 "Bütünleşik hizmetlerimizle değer yaratmaya devam edeceğiz"

20 "Güvenlik artık bir fren değil, büyümenin en güçlü motoru"

24 Ödeme süreçlerinin verimli çalışması, sürdürülebilir kârlılığın önemli bir parçası

26 Garanti BBVA – Mastercard iş birliğiyle akıllı optimizasyon: Modern bankacılıkta tahsilat stratejisi dönüşümü

30 Moka United, 2026'da POS çözümleriyle daha görünür olacak

32 Çalışanlarına yeni yıl hediyesi vermek isteyen şirketlere çözüm Pluxee'den

34 QNB Türkiye, "net sıfır" hedefine müşterileriyle birlikte yürüyecek

36 Finansal teknoloji üreticileri, ortak akılla hareket edip "tek ses" olacak

TÜBİSAD
BİLİŞİM SANAYİCİLERİ DERNEĞİ

38 Mastercard PSM Awards 2025'te büyük final 9 Aralık'ta

46 Bir fikrin küresel bir platforma dönüşme hikâyesi: B2Metric

50 Yapay zekâ çağının yeni insan kaynağı gerçekleri

52 "Gerçek liderlik; yeni seslere, farklı bakış açılarına yer açabilmektir"

56 Avrupa'da ödemeler için yeni dönem: SEPA Instant ve VoP

Hoppa'dan Kobilere
Özel Oran!

"0" komisyondan başlayan avantajlı oranlardan yararlanmak için hemen Hoppa'ya başvurun!

10 YILDIR GÜVENLİ HİZMET
HOPPA'DA

Hoppaaaaaa dediğin anlarda
Hoppa yanında!
www.hoppa.com.tr
Hoppa bir Elekse A.Ş. markasıdır.

hoppa
Powered by Elekse

Yapı Kredi, "Sınırları Kaldıran Kadınlar" ile bir araya geldi

Yapı Kredi, Dünya Kadın Girişimciler Günü'nde, kadın girişimcileri desteklemek ve iş dünyasında daha güçlü bir yer edinmelerine katkı sunmak amacıyla hayata geçirdiği "Sınırları Kaldıran Kadınlar" programı kapsamında özel bir etkinlik düzenledi. Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD) ve JPMorganChase ile iş birliği içinde hayata geçirilen etkinlikte, kadınların ekonomik kalkınmadaki rolü konuşuldu.

Kadın girişimcileri güçlendirirken, girişimcilik yolculuklarında ihtiyaç duydukları bilgi, ilham ve iş ağlarını genişletmeyi hedefleyen ve küresel pazarlarda daha etkin rol almasını sağlayan "Sınırları Kaldıran Kadınlar" programına katılan tüm kadın girişimcilere ücretsiz online eğitimler sunuluyor. Dördüncü dönemi devam eden eğitimleri tamamlayan ve jüri tarafından seçilen 15 kadın girişimci Coniwi firması tarafından verilecek uçtan uca ücretsiz e-ihracat danışmanlığından yararlanmaya hak kazanacak.

Kredi KOBİ Bankacılığı Yönetim Başkanı Turan Karadeniz, etkinliğin açılış konuşmasında özetle şu değerlendirmeyi yaptı: "Türkiye'de kadın girişimcilerin oranı her geçen yıl artsa da hâlâ yüksek bir büyüme potansiyeli barındırıyor. Bu yüzden kadınların dijital ticarette aktif rol almasını, ülkemizin geleceğine yapılan en değerli yatırımlardan biri olarak görüyoruz. Sınırları kaldıran her kadın girişimcinin hikayesi, bir başka kadına ilham oluyor. Kadın girişimcilerin ülkemiz ekonomisine ve toplumumuza değer kattığına inanarak programımızın dördüncü dönemini hayata geçirdik. 'Sınırları Kaldıran Kadınlar' programımıza gösterilen yüksek ilgi ise bizim için büyük bir motivasyon kaynağı."

Turan Karadeniz

Agentic AI: Fırsatlar ve riskler

Austriacard Teknoloji Günleri kapsamında İstanbul Dedeman Otel'de yapılan "Finans Sektöründe Agentic AI Kullanımının Getirdiği Fayda ve Riskler" başlıklı panel, sektörün önde gelen isimlerini bir araya getirdi. Panelin moderatörlüğünü İstanbul Üniversitesi Öğretim Üyesi ve FinTech İstanbul Kurucu Ortağı Prof. Dr. Selim Yazıcı üstlendi. Garanti BBVA Ödeme Sistemleri Genel Müdürü Kerem Ömer Orbay, TOM Bank Operasyonlar Direktörü Kürşad Akpınar, İş Bankası Dijital Tasarım ve Geliştirme Birim Müdürü Emine Balkesen, İstinye Üniversitesi Veri Bilimi Başkanı & Horiar AI Kurucu Ortağı Dr. Şebnem Özdemir ve AustriaCard CTO'su Mohamed Chemloul da konuşmacı olarak yer aldı.

Yaklaşık 150 kişinin izlediği panelde, finans sektöründe hızla yaygınlaşan yapay zekâ ajanı (agentic AI) teknolojilerinin sunduğu yenilikler, operasyonel verimlilik ve müşteri deneyimi üzerindeki etkileri ele alındı. Aynı zamanda bu teknolojilerin veri güvenliği, etik sorumluluklar ve regülasyonlarla ilgili doğurabileceği riskler tartışıldı.

Panelde, Austriacard'ın geliştirdiği GaiaB™ platformu gibi yeni nesil agentic AI çözümleri de tanıtıldı. Söz konusu çözümler, kurumların kendi hedeflerini belirleyebilen, çevresel değişkenlere adapte olabilen ve insan ekipleriyle iş birliği içinde çalışabilen sistemler kurmasına olanak tanıyor.

Dünyanın
Avantajı
Cebinizde
Türk Hava Yolları mobil uygulamasından TKPAY Cüzdan'ı açın, avantajlardan yararlanmaya hemen başlayın.
BİLET ÖDEMENİZDE
%10 TK PARA
tkpay
tkpay
HEMEN İNDİR
Kampanya 26 Kasım 2025 - 31 Ocak 2026 arasında geçerlidir. Türk Hava Yolları mobil uygulamasından veya TKPAY dijital kartı ile Türk Hava Yolları web sitesinden bilet alımlarında TK Cüzdanınıza 10% TK Para iade! TK Para, Türk Hava Yolları'nda geçerli bir para birimi olup, kazanılan TK Para, sadece Türk Hava Yolları'nda bilet alımlarında ve ek hizmet(koltuk seçimi, ekstra bagaj, vb.) alımlarında kullanılabilecektir. Türk Hava Yolları Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş., kampanya koşullarında değişiklik yapma hakkını saklı tutar. Kampanya koşulları için https://tkpay.com/tr adresini ziyaret edebilirsiniz.

Günlük 500 milyon TL işlem hacmine ulaşan Rubikpara, 2026'da 100 milyar TL ciro hedefliyor

Rubikpara, 5. kuruluş yıl dönümünü, gelecek vizyonunu ve yeni ürünlerini tanıttığı geniş kapsamlı bir lansmanla kutladı. Etkinlikte konuşan Fuzul Holding CEO'su Erdal Erdem, "Bugün 12 farklı sektörde, 18 ayrı şirket ve 3 bini aşkın çalışanıyla faaliyetlerini sürdüren Fuzul Holding, Rubikpara'yı ekosisteminin nakit akışı yönetimini sağlayan teknolojik omurga ve dijitalleşme vizyonunun bayrak taşıyıcısı olarak konumlandırıyor" dedi.

Rubikpara Yönetim Kurulu Başkanı Yusuf Akbal da geride bıraktıkları 5 yıllık süreci bir olgunlaşma dönemi olarak tanımlayarak şu değerlendirmeyi yaptı: "Rubikpara, klasik bir girişimden farklı olarak Fuzul Holding'in 33 yıllık tecrübesi ve finansal gücüyle yola çıktı. Şirketimizi 3 yıl boyunca, tıpkı bir bambu ağacı gibi stratejik bir sabırla suladık. Bu sabrımızın sonucunu bugün cirolarımızda ve performansımızda görüyoruz. Klasik bir girişimcinin sınırlı sermayesine karşılık biz, holding himayesinde bir 'kurum içi girişimci' olarak tabir-i caizse maça 2-0 önde başladık. Fuzul Holding'in sermaye gücü ve kurum kültürüyle, 'yavaş yavaş acele ederek' güven inşa etmiş olduk."

Rubikpara Genel Müdürü İsmail Sevinç ise lansmanda tanıtılan Rubikpara Kart ile ürün ekosisteminin bir halkasını daha tamamladıklarını belirterek şu bilgileri paylaştı: "Hem dijital cüzdan hem de POS çözümlerimizdeki yetkinliğimizi fiziksel dünyaya taşıyoruz. Fiziksel kartın yanı sıra anında oluşturulan sanal kart seçeneği ve cashback sistemiyle kullanıcılarımıza tam bir finansal özgürlük sunacağız."

Sevinç, 2025 performansı ve 2026 hedeflerini de şöyle açıkladı: "Bu yılı, 33 milyar TL olan ciro hedefimizi yüzde 125 aşarak kapatacağız. Yakaladığımız bu güçlü ivmeyle 2026 yılı için hedefimiz 100 milyar TL ciroya ulaşmak ve Rubikpara'yı Türkiye'nin 'one-stop payment service provider'ı (tek durak ödeme sağlayıcısı) yapmak."

Silicium - Kona I iş birliğiyle kart üretim standartları yükseliyor

Silicium, 2 yıldır Türkiye'de tek başına temsilciliğini yürüttüğü Kona I ile ilişkilerini güçlendirdi. Şirket, bu sayede Mastercard, Visa ve TROY uygulamalarıyla donatılmış yüksek performanslı bankacılık kartlarının tam spektrumunu geleneksel ve dijital bankacılık ekosistemine sunabilecek.

Silicium Yönetim Kurulu Üyesi Selim Ülkü, "EMV sertifikalı ürünler, biyometrik özellikli metal kartlar, güvenli ödeme sistemi platformları ve yeni nesil biyometrik kimlik doğrulama teknolojileriyle birlikte geniş bir hizmet yelpazesine sahibiz. Kona I, yeni dönemde Silicium ile iş birliği halinde Türkiye finansal ekosistemine daha hızlı entegrasyon imkanına sahip olacak. Kaliteli ve yenilikçi ürünlerin yanı sıra rekabetçi fiyatların da desteğiyle Türkiye'nin önde gelen kurumlarından önemli sipariş hacimlerine ulaşabileceğimizi öngörüyoruz. Ülkemiz bankacılık sektörüne katkımız artarak sürecek" diyor.

Güney Kore merkezli Kona I, akıllı kart teknolojileri alanında uzmanlaşmış, halka açık bir şirket. Aynı zamanda akıllı kartlar için çip de temin edebilen şirketin, özellikle premium metal, ahşap ve biyometrik kart gibi high-end ürün ihtiyacı olan bankalara ulaşmada Silicium'a avantaj sağlaması bekleniyor.

Ülkü, bu yıl metal premium bankacılık kartlarında pazar payı lideri olduklarını sözlerine ekliyor.

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

iBeta LEVEL 1 ISO 30107-3 TESTED COMPLIANT
iBeta LEVEL 2 ISO 30107-3 TESTED COMPLIANT
NIST FRVT
ISO 27001
PCI DSS COMPLIANT
mastercard Partner
TÜBİTAK

Türkiye Distribütörü: ihs teknoloji

www.ihsteknoloji.com

Yabancı turistler de artık karekodla ödeme yapabilecek

Daha hızlı, hijyenik ve teknolojik bir çözüm olan karekodlu ödemeler, başta Uzak Doğu ülkeleri olmak üzere dünya genelinde hızla yaygınlaşıyor. Kendi ülkelerinde karekodla ödeme alışkanlığı olan turistler yanlarında fiziki olarak kredi kartı bulundurmayabiliyor ve ülkemizdeki alışverişleri için ödeme süreçlerinde çekimser kalabiliyor. Bankalararası Kart Merkezi (BKM), Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin ödeme deneyimini iyileştirmek amacıyla UnionPay International ile bir iş birliği anlaşması imzaladı. Bu sayede UnionPay kart kullanıcıları, Türkiye'de UnionPay kartlarla ödeme kabul eden bankaların POS cihazlarında TR Karekod ile ödeme yapabilecek. 2026 yılı içinde tamamlanması hedeflenen teknik entegrasyon sürecinin ardından, Türkiye'ye gelen turistler ve diğer ziyaretçiler TR Karekod altyapısı üzerinden mobil cihazlarıyla ödemelerini kolaylıkla yapabilecek. İleriki süreçlerde yapılacak geliştirmelerle, sadece kartlı ödemelerde değil ATM'lerden TR Karekod ile para çekim işlemlerinde de Türkiye'ye gelen turistlere kolaylık sağlanabilecek.

Ozan Deniz
BKM Genel Müdürü

Luping Zhang
UnionPay International
Orta Doğu Genel Müdürü

POS cihazlarında gerçekleştirilecek teknolojik adaptasyonlar ve geliştirmelerin ardından Türk vatandaşları da dünya çapında UnionPay'in karekodla ödeme kabul ettiği 48 ülke ve bölgede işlem yapabilecek.

BKM Genel Müdürü Ozan Deniz, "Bu adım bir yandan ülkemizi ziyaret eden turistlerin alışveriş deneyimini iyileştirirken bir yandan da ülkemizin her köşesindeki esnafımıza daha kolay ödeme alma imkanı sağlayacak. Sınır ötesi ödemeleri kolaylaştıran bu iş birliği, bir sonraki aşamada TR Karekod'un uluslararası kullanımlarda yaygınlaşması için de önemli bir zemin oluşturacak" dedi.

BKM verilerine göre, Ekim 2025 sonu itibarıyla farklı bankalar arasındaki işlemler dikkate alındığında, POS cihazları üzerinden TR Karekod ile yapılan işlem sayısı 600 milyonu, banka ATM'lerinden TR Karekod ile gerçekleştirilen nakit çekim işlem adedi de 105 milyonu geçti.

DestekBank'tan Türkiye ekonomisine 30 milyar TL'lik destek

Şubat 2021'de BDDK'dan kuruluş izni alan ve 25 Şubat 2022 tarihinde de bankacılık faaliyetlerine başlayan DestekBank, hızlı büyümesini sürdürüyor. Eylül 2025 sonu itibarıyla aktif toplamını 33.8 milyar TL'ye ulaştıran banka, 9 aylık dönemde nakdi ve gayri nakdi krediler aracılığıyla Türkiye ekonomisine 29.7 milyar TL destek sağladı. DestekBank, aynı dönemde 943 milyon TL kâr elde etti. DestekBank Genel Müdürü Özgür Akayoğlu, dijitalleşme vizyonu doğrultusunda önümüzdeki dönemde DestekBank Mobil uygulaması ve internet bankacılığını yenileyeceklerini açıkladı. "Müşteri etkileşimi ve deneyimini daha akıcı ve kullanıcı dostu hale getirmeyi hedefliyoruz" diyen Akayoğlu, finansal sonuçları da şöyle değerlendirdi: "2025'in üçüncü çeyreği, stratejik önceliklerimizin somut sonuçlarını aldığımız bir dönem oldu. Sağlıklı bilanço yapımızı korurken, verimlilik ve müşteri odaklı yaklaşımımızla finansal performansımızı daha da güçlendirdik. Teknolojiye yaptığımız yatırımlar ve insan odaklı yaklaşımımız, önümüzdeki dönemde de sürdürülebilir büyümemizin temelini oluşturacak."

Özgür Akayoğlu

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

40 Zirvede 40 Yıl

Yenilikçi ve ileri
teknoloji ürünleriyle
40 yıldır ödeme
sistemlerinin öncüsü

propay
ödeme teknolojileri

0850 222 72 72
www.propay.com.tr

/propaytr

Şekerbank'tan KOBİ'lerin yeşil dönüşümüne finansman desteği

Şekerbank, KOBİ'lerin sürdürülebilirlik ve yeşil dönüşüm süreçlerini desteklemek amacıyla Gaziantep Sanayi Odası Mesleki Eğitim Merkezi (GSOMEM) ile iş birliği başlattı. Anlaşma kapsamında, Gaziantep Sanayi Odası'na (GSO) bağlı KOBİ'ler başta olmak üzere yeşil dönüşüm yatırımı yapacak tüm firmalara finansman desteği sunulacak. Şekerbank, KOBİ'ler öncelikli olmak üzere karbonsuzlaşma alanında yatırım yapmak isteyen firmalara, enerji verimliliği ürünü "EKOkredi" aracılığıyla finansman sağlayacak.

GSOMEM, yeşil dönüşümü odağına alan şirketlere, yatırımlarının çevresel etkilerinin değerlendirilmesi, enerji verimliliğinin artırılması, atık yönetimi ve döngüsel ekonomi uygulamalarının hayata geçirilmesi konularında mentörlük vererek, "Yatırım Emisyon Etki Değerlendirme" raporlarının hazırlanmasına destek olacak.

Raporlar doğrultusunda Şekerbank; enerji verimliliği, yenilenebilir enerji ve sürdürülebilir üretim odaklı projeleri finanse edecek. Ayrıca bankanın kaynaklarıyla geliştirdiği ve firmaların karbon emisyonuyla su tüketimi hesaplamalarına imkan tanıyan "Carbonmap" platformuna ücretsiz erişim sağlanacak.

Tami kullanıcı sayısı, ilk yılda 300 bin sınırına dayandı

290 binin üzerinde kullanıcıya hizmet veren Tami, kuruluşunun ardından geçen ilk yılda POS tarafında, 2 bin 500'ün üzerinde sanal POS ile aylık 1 milyar liralık işlem hacmine ulaştı. Tami; Ideasoft, Craftgate, Ticimax, Ikas, Platinmarket, Gri ve Tahsildar gibi çözüm ortaklarıyla entegrasyon sağlayarak firmalara çok yönlü ödeme seçenekleri ve iş büyütme fırsatları sunarken, linkli ödeme ve ortak ödeme sayfası çözümleriyle dijital ticarette kullanıcılarına kolaylık sağlıyor.

Ortak ödeme sayfası, mevcutta ödeme sayfası olmayan e-ticaret iş yerleri için kart saklama opsiyonları içeren hazır bir altyapı sunuyor. Böylece firmalar, kendi ödeme sayfalarını barındırmasalar bile kolayca çevrim içi satış yapabiliyor.

Tami'nin cüzdan çözümleriyle de firmaların kendi ekosistemlerinde bakiye yükleme, harcama, ödül kullanımı gibi işlemleri uçtan uca yönetmeleri sağlanıyor. Bu yıl hayata geçen iş birlikleri arasında, Starbucks mobil uygulamasının kapalı devre cüzdan altyapısı da var.

Kart tarafında ise Tami'nin kullanıcı sayısı 140 bine ulaşırken, aylık kart cirosu 20 milyon lirayı aştı. Kullanıcılar bugüne kadar 223 farklı kampanyadan yararlandı ve toplamda 15.6 milyon lira nakit iade kazandı. Tami kart sahipleri fatura ödeme, para transferi ve para isteme gibi işlemlerini 7-24 güvenle yapabiliyor. Tamililer arası para transferi işlemleri ise ücretsiz.

12-18 yaş arası gençler, kendilerine özel ön ödemeli "Tami -18" kartla ebeveynlerinin onayıyla çevrim içi ve fiziksel harcama yapabiliyor. Ebeveynleri isterse harcamalarını takip edip, sektör bazlı kontrolleri belirleyebiliyor.

Tami Genel Müdürü Melda Çetin, "İlk yılımızda hem bireysel hem de kurumsal alanda oldukça güçlü sonuçlar elde ettik. Bu başarıda hem işletmeler hem de tüketiciler için sağladığımız, finansal kapsayıcılığı artıran, kolay, güvenli ve hızlı çözümlerin büyük payı var. Şimdi, ikinci yılımıza daha da güçlü bir büyüme hedefiyle giriyoruz" diyor.

DenizBank Private Kart sahipleri, TAV Passport üyeliğiyle seyahatlerinin her anında ayrıcalığı hissediyor

400'e yakın lounge'a ücretsiz erişim, güvenlik noktalarından ücretsiz hızlı geçiş imkânı, ücretsiz otopark ve birçok noktada indirimli alışveriş fırsatlarıyla konforlu bir uçuş deneyimi sizi bekliyor.

denizbank.com | 0 850 222 0 800

ENBD

İlerisi Benim ›

DenizBank

Private Kart sahibi olmak ve ürün özelliklerinden yararlanmak için Özel Bankacılık müşterisi olma veya 15 mio TL varlık şartı aranmaktadır. TAV Passport Kart ayrıcalıkları 5 mio TL ve üzeri varlığı bulunan müşteriler için geçerlidir. Belirtilen ayrıcalıklar TAV Passport üyeliğiyle anlaşmalı havalimanlarında sunulmaktadır. DenizBank kampanyada değişiklik yapma hakkını saklı tutar. Detaylı bilgi için denizbank.com'u ziyaret edebilirsiniz.

PARAM'ın gelecek vizyonunda yapay zekâ, bütünleşik finans ve küreselleşme var

Emin Can Yılmaz
Param
Kurucu ve CEO'su

2025'te disiplinli büyüme ve güçlü iş birlikleri kurma stratejisiyle ilerleyen Param, 2026'dan itibaren yapay zekâ ve bütünleşik finans çözümleriyle uluslararası arenada da iddiasını artırmayı hedefliyor. Param Kurucu ve CEO'su Emin Can Yılmaz, "2025'te tüm grup şirketlerimizle yurt içi ve yurt dışı pazarlarda rekabet gücümüzü koruyarak, sürdürülebilir kârlılık ve operasyonel verimlilik odağında değer üretmeye devam ettik" diyor. Yapay zekânın hizmetleri daha kişiselleştirilmiş, güvenli ve erişilebilir kılacağını belirten Yılmaz, "Biz de dönüşümün tam kalbindeyiz ve inanıyoruz. Bizim yaklaşımımız, yapay zekâyı sadece tüketilen bir teknoloji değil, kurum içinde üretilen ve yönetilen bir yetkinlik olarak konumlandırmak üzerine kurulu" yorumunu yapıyor...

Bu yılı verimlilik, inovasyon ve global büyüme ekseninde başarıyla tamamlayan Param, 2026'da Avrupa'da yeni pazar girişleri, yapay zekâ yatırımları ve dikey çözümlerle daha güçlü bir küresel oyuncu olmayı hedefliyor. Param Kurucu ve CEO'su Emin Can Yılmaz, Param'ın yapay zekâ platformu, Avrupa'da hızlanan Twisto büyümesi ve YolParam gibi dikey odaklı yeniliklerle 2026'yı güçlü bir ivmeyle karşılayacaklarını söylüyor.
"Bütünleşik finans hizmetlerimizle hem ülkemizde hem de uluslararası arenada teknolojiyi faydaya dönüştürmeye ve değer yaratmaya devam edeceğiz" diyen Yılmaz ile şirketin vizyonunu ve hedeflerini konuştuk…

2025 yılının sonuna yaklaşırken, Param Grubu'nun bu yıla dair performansını nasıl değerlendiriyorsunuz?

2025'te operasyonlarımızı disiplinli biçimde büyütürken ürün ve iş ortaklıkları açısından güçlü adımlar attık. Tüm grup şirketlerimizle yurt içi ve yurt dışı pazarlarda rekabet gücümüzü koruyarak, sürdürülebilir kârlılık ve operasyonel verimlilik odağında değer üretmeye devam ettik.

- Üçüncü çeyrek sonu itibarıyla yıllık bazda yüzde 28 artışla 114.1 milyar TL işlem hacmine ulaşan ParamPOS ile ivmeli büyümemizi sürdürdük. Bu yıl ayrıca, Takasbank'ın Kitle Fonlaması Emanet Yetkilisi hizmetinde sanal POS altyapı sağlayıcılarından biri olarak kitle fonlamanın ödeme ayağını güçlendirdik ve girişimcilik ekosistemine desteğimizi artırdık.
- YolParam'a ortak olan lojistik sektörünün köklü oyuncusu Dinçer Lojistik'in saha uzmanlığı ile Param'ın finans ve ürün geliştirme tecrübesini aynı çatı altında birleştirmemiz, yılın en önemli stratejik adımlarından biriydi.
- Mevcut iş birliklerini derinleştirmek de 2025 önceliklerimiz arasındaydı. Adalet Bakanlığı ile yıllardır başarıyla yürüttüğümüz "AdaletKart" projemizin sözleşmesini 3 yıl süreyle daha yeniledik. AdaletKart, personelin anlaşmalı üye iş yerlerinde özel indirim ve kampanyalardan yararlanmasını sağlarken, TROY altyapısıyla ülkemizdeki tüm POS cihazlarında, ATM'lerde ve e-ticaret sitelerinde güvenle kullanılabiliyor.
- Kredim'de 2025'in ikinci çeyreğinde devreye aldığımız "Kredim Dönüşüm Programı" ile iş modelimizi yeniden şekillendirdik. Tüketici finansmanının yanına, kurumsal ve ticari segmentte ödeme ve tahsilat çözümlerinden doğan nakit akışına dayalı tedarikçi finansmanını ekleyerek yapımızı çeşitlendirdik.
- Param'ın teknoloji çözümleriyle entegre olan Nebim V3 çalışmalarımız bu yıl hız kazandı ve ortaya çıkan sinerjiyle yeni satış fırsatları oluşturduk. Ayrıca Finrota'nın Netahsilat ve açık bankacılık çözümleri de pazarın verimlilik ve dijital finansal dönüşüm ihtiyacını ne kadar güçlü karşıladığını bu yıl bir kez daha kanıtladı.
- Teknoloji tarafında, ParamTECH AI Platformu'nun lansmanı ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın Dijital Türk Lirası projesi için sunduğumuz proje önerileri 2025'in öne çıkan vizyoner hamleleriydi.

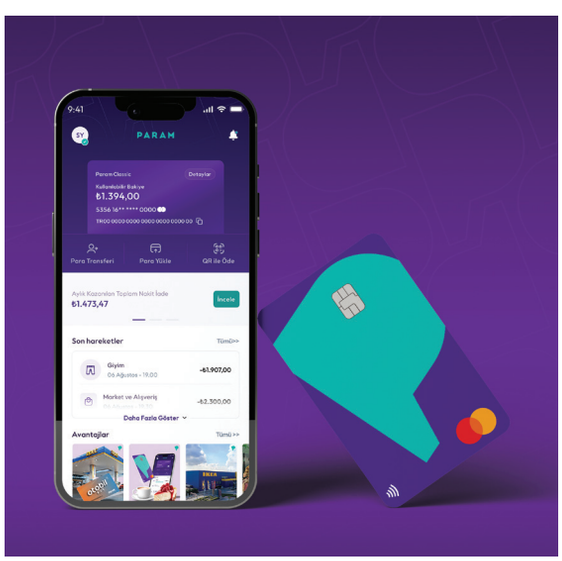
- Avrupa'da Twisto ile büyümemizi sürdürdük ve iş birliklerimizi derinleştirdik. Fintek dünyasının en prestijli etkinliklerinden Money 20/20 Europe'a bu yıl ikinci kez, tüm markalarımızla güçlü bir şekilde katılım gösterdik. Bütünleşik finans hizmetlerimizi uluslararası arenada sergilediğimiz bu etkinlikte çözümlerimize gösterilen yoğun ilgi, global pazarda yarattığımız değeri net bir şekilde teyit etti.

Yılın sonuna yaklaşırken, tüm bu gelişmeler ışığında 2026'ya çok daha güçlü ve yüksek bir motivasyonla giriyoruz. Bütünleşik finans hizmetlerimizle; sipariş sistemlerinden stok yönetimine, mağaza içi operasyonlardan online satışlara kadar tüm süreçleri ve ödeme çözümlerini birbirine entegre eden kapsamlı ekosistemimizi geliştirmeye devam edeceğiz.

LOJİSTİĞİN FİNANSAL SÜREÇLERİNİ ŞEKİLLENDİREN ORTAKLIK

YolParam ortaklığıyla lojistik gibi geleneksel ve oldukça büyük bir sektöre dokundunuz. Finteklerin, lojistik gibi operasyonel yoğunluğu yüksek sektörlerin dijital dönüşümündeki rolünü nasıl görüyorsunuz? YolParam, bu ekosistemde hangi temel sorunları çözmeyi hedefliyor?

Lojistik, Türkiye ekonomisinin belkemiğini oluşturan sektörlerden biri. Operasyonel yoğunluğu bu kadar yüksek bir alanda, finansal süreçlerin dijitalleşmesi sadece bir verimlilik arayışı değil, aynı zamanda bir zorunluluk. Biz finteklerin bu dönüşümdeki rolünü, sahadaki karmaşık nakit ve ödeme akışlarını görünmez, hızlı ve güvenli hale getirmek olarak görüyoruz.



YolParam tam da bu vizyonun bir ürünü. Altyapısını kuruluşundan bu yana ParamTECH'le sağladığımız YolParam'a ortak olarak Dinçer Lojistik ile güçlerimizi birleştirdik. Amacımız, lojistik dikeyindeki finansal süreçleri uçtan uca dijitalleştirmek.

Bu platform sadece lojistik firmalarına değil; otomotivden servise, nakliyeden lastik ve sigorta alanlarına uzanan geniş bir ekosisteme hitap ediyor. Örneğin, sektörün en kritik parçası olan sürücüleri ve bağımsız taşımacıları, dijital cüzdan ve kart gibi modern araçlarla finansal sisteme entegre ediyoruz. Bunun somut bir uygulaması olarak, yeni yapıda Dinçer Lojistik'in bağımsız nakliyecilere yaptığı hak ediş ödemeleri YolParam üzerinden anlık ve kontrollü biçimde yönetilecek. Tüm hesap ve kart yönetimini tek ekrana taşıyarak saha operasyonunu sadeleştirecek, finansal süreçleri ölçülebilir hale getireceğiz.

"DÖNÜŞÜMÜN KALBİNDE YAPAY ZEKÂ VAR"

Küresel ölçekte yapay zekâ yatırımları artarken, fintek oyuncuları da yeniden konumlanıyor. Param'ın bu dönüşüme yaklaşımı nedir?

Yapay zekâ artık sadece bir rekabet avantajı değil, finansal hizmetlerin geleceğini şekillendiren temel bir yapı taşı. Dünyada fintek şirketleri müşteri etkileşiminden süreç otomasyonuna kadar geniş bir alanda bu teknolojiden faydalanıyor. Nitekim Cambridge Judge Business School'un CCAF tarafından yayımlanan "The Future of Global Fintech" raporunda, araştırmaya katılan 240 fintek şirketinin yüzde 80'inin yapay zekâyı birden çok iş alanında kullandığı görülüyor. Bu şirketlerin de yüzde 83 oranında müşteri deneyimi, yüzde 75 oranında maliyet azaltma ve yine yüzde 75 oranında kârlılıkta belirgin iyileşme sağladığı ortaya konuyor.

Biz de dönüşümün tam kalbindeyiz ve yapay zekânın hizmetleri daha kişiselleştirilmiş, güvenli ve erişilebilir kılacağına inanıyoruz. Bizim yaklaşımımız, yapay zekâyı sadece tüketilen bir teknoloji değil, kurum içinde üretilen ve yönetilen bir yetkinlik olarak konumlandırmak üzerine kurulu. İnovasyon DNA'mızda var. Nitekim grup şirketimiz ParamTECH çatısı altında uzun süredir yapay zekâ alanında çalışmalar yürütüyoruz. Bu çalışmaların en somut çıktısı, bu yıl lansmanını yaptığımız ParamTECH AI Platformu oldu. Bu platform, kurumların kendi operasyonel verileriyle kendi özel yapay zekâ ajanlarını (AI agent) geliştirmelerine imkan tanıyor. Sadece hazır modelleri kullanmak yerine, kurumun kendi aklını ve verisini merkeze alan bu yaklaşım, çağrı merkezi otomasyonundan kredi skorlamaya, risk yönetiminden yazılım geliştirmeye kadar birçok alanda verimliliği artırıyor.

Yapay zekâ dönüşümündeki temel hedefimiz, bu teknolojiyi sadece kendi süreçlerimizi iyileştirmede kullanmak değil, aynı zamanda müşterilerimize ve iş ortaklarımıza sunarak onların da bu dönüşümden en üst düzeyde faydalanmalarını sağlamak diyebili-

rim. Gelecekte de yapay zekâ odaklı yatırımlarımızı sürdürerek sektördeki öncü rolümüzü güçlendirmeye devam edeceğiz.

"KÜRESEL BİR ŞİRKET OLMA SORUMLULUĞU TAŞIYORUZ"

Globalleşme, Türk markaları için kritik bir başlık haline geldi. Param'ın da bu yönde çalışmaları var. Globalleşme vizyonunuz Avrupa'daki büyüme hedeflerinizi nasıl şekillendiriyor?

Globalleşme, şirketler için sadece yeni pazarlara açılmak değil, aynı zamanda rekabet güçlerini artırmak, riskleri çeşitlendirmek ve inovasyon yetkinliklerini global standartlara taşımak anlamına geliyor. Param özelinde bu vizyon, "Türkiye'den çıkan bir fintek şirketi uluslararası arenada neyi, nasıl başarabilir" sorusuna somut bir cevap verme sorumluluğuyla birleşiyor.

Bu çerçevede ilk somut adımımızı 2020'de Birleşik Krallık'ta aldığımız Param UK lisansımızla attık. Ardından Avrupa'da nasıl büyüyeceğimizi detaylıca değerlendirdiğimiz bir sürece girdik. Sıfırdan bir yapılanma yerine, stratejik bir satın almanın bizi hedeflerimize daha hızlı ulaştıracağına karar verdik ve 2023 yılında Twisto'yu bünyemize kattık. Aynı yıl Hollanda'da kurduğumuz Param Holdings International ile de Avrupa'daki yapılanmamızı, operasyonel gücümüzü daha da pekiştirdik.

Twisto'yu tercih etmemizin arkasında iki kritik neden vardı. İlki, Twisto sadece bir BNPL oyuncusu değil, aynı zamanda AB'de geçerli bir ödeme kuruluşu lisansına sahip. Bu lisans, Param'ın Avrupa'da sunmak istediği yeni ürünler için büyük bir fırsat sunuyor. İkincisi, Twisto'nun 60 binin üzerinde e-ticaret işletmesine dokunduğu geniş entegrasyon ağı, bizim bütünleşik finans vizyonumuzla geliştireceğimiz yeni çözümler için önemli bir zemin oluşturuyor. Satın alma sonrasında büyüme hızımız da bu yaklaşımı doğruladı. Çekya ve Polonya'daki güçlü varlığımıza, yalnızca bir yıl içinde Romanya pazarını ekledik.

SIRADA BULGARİSTAN PAZARI VAR

Yakın zamanda girmeyi planladığınız yeni pazarlar, ülkeler var mı?

2027'ye kadar faaliyet gösterdiğimiz ülke sayısını altıya çıkarma hedefimiz var. Bu doğrultuda, yakın vadede Bulgaristan pazarına giriyoruz. Sahip olduğumuz AB lisansının pasaportlama avantajıyla 2026'da ödeme kabulü (payment acceptance) hizmetlerini devreye alma planımız var.

Tüm bunları, teknoloji ve iş modellerimizi Avrupa'nın dinamiklerine uyarlayarak hayata geçiriyoruz. Globalleşmeyi bir hedef ülkeler listesi değil, kalıcı bir yetkinlik seti olarak görüyoruz. Bu yaklaşım, Param'ın Avrupa'daki büyüme hedeflerini şekillendirirken, Türk fintek ekosisteminin küresel ölçekteki temsil gücünü de artırıyor.

TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI ÜLKELERE GÖRE DEĞİŞİYOR

Twisto ile Çekya, Polonya ve Romanya'da faaliyet gösteriyorsunuz. Söz konusu pazarlarla Türkiye pazarını kıyasladığınızda, tüketici davranışları açısından ne gibi temel benzerlikler ve farklılıklar görüyorsunuz?

Orta ve Doğu Avrupa, tıpkı ülkemiz gibi dijitalleşme hızının yüksek olduğu dinamik bir bölge. En temel

benzerlikten başlarsak, hem bu bölgedeki hem de Türkiye'deki tüketiciler özellikle genç segmentte nakitsiz, hızlı ve pratik ödeme yöntemlerine hızla yöneliyor. Güvenli ve kullanımı kolay dijital çözümlere talep ortak. Genel tablo böyleyken pazarların olgunluk seviyeleri ve tüketici refleksleri farklılaşıyor.
Örneğin Çekya, daha yerleşik alışkanlıklara sahip bir pazar. Çek tüketiciler için kalite ve güvenilirlik ön planda. Polonya daha dinamik diyebilirim; tüketiciler yeniliklere çok açık, fiyat odaklı ve yeni çıkan bir fintek ürününü denemeye istekli.
Romanya'da nakit ve kapıda ödemenin payı tarihsel olarak yüksekti. Ancak son dönemde kart ve dijital ödeme adaptasyonunun hızlandığı, e-ticarette nakdin payının kademeli gerilediği bir dönüşüm yaşanıyor.
Türkiye pazarı ise bu dinamiklerin kendine has bir sentezi gibi. Türk tüketicisi teknolojiye adaptasyon konusunda bölgenin en hızlılarından. Uzun yıllara dayanan taksitli ödeme kültürü ve belirgin değer, fiyat hassasiyeti, özellikle e-ticarette tercihleri şekillendiriyor. Kullanıcı kullanım kolaylığını ve somut faydayı net görmek istiyor. Bu nedenle markaların fiyat, performans dengesini, taksit ve teslimat, iadeye ilişkin kolaylıkları ve güven unsurlarını açık biçimde öne çıkarması satın alma kararını hızlandırıyor. Kampanyalar, kişiselleştirilmiş teklifler ve şeffaf iletişimle desteklenen net değer önerileri yeniden satın almayı güçlendiriyor.
Bu pazarlar arasında çeşitli farklılıklar olsa da eksen aynı diyebilirim. Hız, kolaylık, güven ve esnek finansman talebi bölge genelinde yükseliyor. E-ticaret yaygınlaştıkça fintek çözümleri giderek gündelik hayatın doğal parçası haline geliyor.

"TEKNOLOJİYİ FAYDAYA DÖNÜŞTÜRMEYE DEVAM EDECEĞİZ"

2026 için sayılı günler kaldı. Yeni yıl için neler söylemek istersiniz?
2025'i müşteri odaklılık, teknolojik yenilik ve disiplinli büyüme ekseninde güçlü adımlar attığımız bir yıl olarak kapattık. 2026 yılında da bütünleşik finans hizmetlerimizle hem ülkemizde hem de uluslararası arenada teknolojiyi faydaya dönüştürmeye ve değer yaratmaya devam edeceğiz. Odağımız, kullanıcı deneyimini daha da iyileştiren çözümler, verimliliği artıran teknolojiler ve sürdürülebilir değer üretimi olacak.
2026'nın hepimize sağlık, huzur, başarı ve yeni fırsatlar getirmesini diliyorum. Param'ın yolculuğunda bize güvenen kıymetli müşterilerimize, iş ortaklarımıza ve tutkuyla çalışan tüm Paramlılara yürekten teşekkür ederim.

"GERÇEK PROBLEM 'NEDEN'İMİZ, EKİP İSE 'NASIL'IMIZDIR"

Emin Can Yılmaz, "Girişimcilik Yolculuğu: Tutku, Cesaret ve Başarı Üzerine" başlıklı makalesinde, bir girişimin ancak gerçek problemleri çözerek fark yaratabileceğini belirtiyor. Ancak bunu aynı vizyonu paylaşan bir ekiple birlikte başarmanın önemine de dikkat çekiyor. Peki hangisi daha değerli? Yılmaz, şöyle yanıtlıyor: "Girişimcilikte bu iki unsuru birbirinden ayırmak doğru olmaz. Gerçek problem bizim 'neden'imiz, ekip ise 'nasıl'ımızdır. Biri olmadan diğeri kalıcı sonuç üretemez. Varlık gerekçemiz, hayatın içindeki somut bir ihtiyacı çözmektir. O çözümü hayata geçirip büyüten ve sürdürülebilir kılan, aynı vizyonu paylaşansa ekiplerin emeğidir.
2004'te kardeşim Serhan Yılmaz ve üç genç arkadaşımızla çıktığımız yolda, bugün 160'tan fazla ortak markalı kart, 13 milyonun üzerinde bireysel kullanıcı, 100 bini aşkın üye iş yeri ve grup şirketlerimizle birlikte 1.400'ü aşkın çalışma arkadaşına ulaşmış durumdayız. Bu konuma gelmemizi sağlayan asıl güç, vizyonumuzu sırtlayan ekiplerimizin tutkusunun yanı sıra bize duydukları güvenle motivasyonumuzu sürekli artıran müşterilerimiz ve iş ortaklarımızın birlikteliğidir.

WORLD PAY İLE CÜZDANINIZ TELEFONUNUZDA!

Siz de World Mobil'i veya Yapı Kredi Mobil'i indirin,
World Pay ile tüm alışverişlerinizi hızlı ve kolayca gerçekleştirin.

NFC MOBİL ÖDEME

ARAÇTA ÖDEME

TR KAREKOD İLE ÖDEME

E-TİCARET ÖDEMELERİ

WORLD MOBİL YapıKredi

HEMEN İNDİRİN

YapıKredi WORLD

"GÜVENLİK ARTIK BİR FREN DEĞİL, BÜYÜMENİN EN GÜÇLÜ MOTORU"

Yapay zekânın hem savunma hem saldırı tarafında güç kazandığı yeni dönemde, bankacılık artık bir hız değil "zekâ yarışı"na dönüştü. Fraud.com'un RiskOps yaklaşımı, finans kurumlarını bu görünmez savaşta bir adım öne geçirirken operasyonları da yeniden şekillendiriyor. Asimetrik tehditlere karşı gerçek zamanlı savunma davranışsal biyometri ve akıllı otomasyon birleştiğinde güvenlik artık maliyet kalemi değil, büyümenin itici gücü haline geliyor. Fraud.com CEO'su Emre Sayın, Şekerbank ile kurdukları yapının, geleceğin yapay zekâ savaşlarına hazırlanmanın en somut örneği olduğunu vurguluyor...

Emre Sayın
Fraud.com
CEO'su

Dijitalleşme bankacılıkta sınırları kaldırırken, siber tehditlerin karmaşıklığı finans kurumlarını zorlu bir ikilemle baş başa bırakıyor: Müşteriye hız sunarken güvenliği nasıl maksimize edersiniz?

Şekerbank, bu sorunun cevabını Fraud.com ile gerçekleştirdiği stratejik dönüşümde buldu. Bankanın dolandırıcılıkla mücadele altyapısını yapay zekâ destekli bir "RiskOps" merkezine dönüştüren bu iş birliğinin perde arkasında yaşananları Fraud.com CEO'su Emre Sayın ile konuştuk...

Finansal teknolojiler hızlanırken riskler de boyut değiştiriyor. Sektördeki mevcut tehdit atmosferini nasıl özetlersiniz?

Şu an bankacılık sektörü "asimetrik tehditler" çağını yaşıyor. Eskiden saldırılar daha basit yöntemlerle yapılırdı. Bugünse karşımızda yapay zekâyı kullanan, organize ve çok katmanlı suç örgütleri var. Bankalar için en büyük kriz artık "görünürlük" ve "hız" kaynaklı. Milyonlarca işlem milisaniyeler içinde akarken, hangisinin gerçek müşteri hangisinin sofistike bir dolandırıcı olduğunu ayırt etmek samanlıkta iğne aramaktan farksız hale geldi.

Bu kaotik ortamda Şekerbank gibi vizyoner kurumlar için mesele sadece saldırıyı durdurmak değil, veri akışını anlamlı ve güvenli bir sürece dönüştürmek. Eğer güvenliği sadece "kapıları kilitlemek" olarak görürseniz, müşteriyi içeri alamazsınız. Bizim görevimiz, bu karmaşayı yönetilebilir bir "dijital güven" mimarisine dönüştürmek ve bankanın hem güvenli hem de hızlı kalmasını sağlamak.

"MÜŞTERİYİ KORUYAN GÖRÜNMEZ KALKANIZ"

Sıkça vurguladığınız "dijital güven" kavramı Şekerbank projesinde somut olarak nasıl hayata geçti?

Dijital güven, güvenliği müşteri deneyiminin görünmez bir parçası haline getirmek anlamına geliyor. Şekerbank, dijital kanallarını genişletirken güvenlik önlemlerinin müşteriyi yavaşlatmasını istemedi. Geleneksel sistemler şüpheli gördüğü her şeyi durdurma eğiliminde oluyor. Ki biz buna "yanlış pozitif" diyoruz. Bir müşterinin kendi parasıyla işlem yaparken haksız yere engellenmesi, banka için büyük bir itibar kaybı demek.

Şekerbank ile kurduğumuz yapıda temel felsefe şuydu: Müşteri işlemini saniyeler içinde sorunsuz yapsın, biz arka planda görünmez bir kalkan olalım. Yapay zekâ destekli teknolojilerimizle gerçek müşteriyi tanıyan, onu gereksiz prosedürlerle yormayan ve sadece gerçek tehditleri durduran akıllı bir yapı kurduk. Bu sayede güvenlik bir engel olmaktan çıkıp müşteri sadakatini artıran bir unsura dönüştü.

Projeye başlarken Şekerbank'ın masasındaki en büyük operasyonel zorluğu neydi?

Şekerbank'ın karşılaştığı durum, büyüyen her bankanın yaşadığı bir ölçeklenme sancısıydı. İşlem hacmi artarken mevcut kural tabanlı sistemler yetersiz kalıyordu. Bu sistemler bağlamı anlamadığı için çok fazla hatalı alarm üretiyordu. Bu da hem müşterilerin işlemlerinin takılmasına neden oluyor hem de bankanın operasyon ekiplerini binlerce boş alarmı incelemek zorunda bırakarak yoruyordu.

Yönetimin vizyonu çok netti: Ekiplerini "alarm kapatan robotlar" değil, "risk yöneten analistler" olarak konumlandırmak istiyorlardı. Bizden istedikleri, manuel iş yükünü azaltacak ve operasyonel verimliliği artıracak bir dönüşümdü. Böylece kaynaklarını rutin kontroller yerine katma değerli analizlere ve gerçek dolandırıcılık vakalarını çözmeye odaklayabileceklerdi.

İKİ KATMANLI GÜVENLİK MİMARİSİ KURULDU

Çözüm mimarinizdeki aiReflex ve fcase ürünleri teknik olarak nasıl bir görev dağılımı yapıyor?

Bu projede bütünleşik risk yönetimi yaklaşımını benimsedik. İlk katmanda aiReflex var. Bu bizim yapay zekâ destekli tespit motorumuz. Kural tabanlı sistemlerin aksine müşterinin davranışsal kalıplarını öğreniyor ve işlemleri milisaniyeler içinde analiz ediyor. Şekerbank'ta aiReflex'in devreye girmesiyle yanlış alarm oranlarında dramatik bir düşüş sağladık çünkü sistem artık "şüpheyi" çok daha doğru tanımlıyor.

İkinci katman ise fcase; yani orkestrasyon ve vaka yönetimi platformumuz. Tespit etmek yetmez, o riski yönetmeniz gerekir. Eskiden analistler bir vakayı çözmek için bankanın dört-beş farklı ekranına bakmak zorundaydı. fcase tüm bu verileri tek bir ekrana topluyor ve zenginleştiriyor. Bu entegrasyon, analistlerin karar verme süresini kısalttı ve operasyonu dağınık bir yapıdan kurtarıp tek merkezden yönetilebilir hale getirdi.

Bu teknoloji bankanın iş gücüne ve maliyetlerine nasıl yansıdı?

Genelde güvenlik yatırımlarının operasyonu yavaşlattığı düşünülür. Biz bunu tersine çevirdik. fcase platformumuzdaki otomasyon yetenekleri sayesinde düşük riskli veya rutin alarmları sistem, insan müdahalesi olmadan kendi çözebiliyor. Bu, bankanın üzerindeki devasa iş yükünü hafifletti.

50'NİN ÜZERİNDE İŞ ORTAĞIYLA 58 ÜLKEDE FAALİYET GÖSTERİYOR

Global finans ekosisteminde "dijital güven"in yeni standartlarını belirleme hedefiyle yola çıkan Fraud.com, bankalara ve finans kuruluşlarına uçtan uca dolandırıcılık önleme çözümleri sunuyor. Şirketin yapay zekâ tabanlı tespit motoru aiReflex ve bütünleşik risk orkestrasyon platformu fcase, kurumların siber tehditlere karşı proaktif bir savunma hattı kurmasını sağlarken operasyonel verimliliği maksimize ediyor. 58 ülkede faaliyet gösteren ve 50'nin üzerinde küresel iş ortağıyla çalışan Fraud.com, inovasyon odaklı yaklaşımıyla finansal suçlarla mücadelede sektör liderliğini hedefliyor.

Şekerbank'ın uzman analistlerinin önüne artık yalnızca gerçekten insan zekâsı gerektiren, karmaşık ve yüksek riskli vakalar düşüyor. Bu durum ekiplerin verimliliğini artırırken "alarm yorgunluğunu" ortadan kaldırdı. Kaynakların doğru kullanımı banka için doğrudan maliyet avantajı ve operasyonel çeviklik anlamına geliyor. Güvenlik ekibi artık reaktif bir savunma hattı değil, proaktif bir risk yönetim merkezi gibi çalışıyor.

BDDK VE KVKK UYUMLULUĞU: "COMPLIANCE BY DESIGN" YAKLAŞIMI

BDDK ve KVKK kaynaklı sıkı regülasyonlara uyum konusunda bu sistem bankaya ne sağlıyor?

Türkiye bankacılık sektörü, regülasyonlar konusunda dünyanın en disiplinli pazarlarından biri. Sistemimiz "compliance by design" prensibiyle çalışıyor. Yapılan her işlemin, alınan her aksiyonun ve analist müdahalesinin dijital bir izi (audit log) otomatik olarak tutuluyor. Bu sayede banka, rutin bir denetim sırasında veya şüpheli bir durumda saniyeler içinde şeffaf raporlar üretebiliyor. Bu teknoloji, yasal uyumluluğu bir stres kaynağı olmaktan çıkarıp standart ve hatasız bir prosedüre dönüştürdü. Şekerbank, bu altyapı sayesinde hem müşteri verisini koruyor hem de yasal otoriteler karşısındaki sorumluluklarını eksiksiz yerine getiriyor.

"DOLANDIRICILIĞIN GELECEĞİNDE YAPAY ZEKÂ SAVAŞLARI VAR"

Dolandırıcılığın geleceğinde ne var ve bankalar buna nasıl hazırlanmalı?

Gelecek "yapay zekâların savaşı" olacak. Saldırganlar üretken yapay zekâ ve deepfake teknolojilerini kullanırken, bankaların manuel yöntemlerle savunma yapması imkânsız. Aslında Şekerbank projesi bu geleceğe bir hazırlık diyebiliriz. Artık sadece şifreye değil, "davranışsal biyometri"ye odaklanan, sürekli öğrenen sistemler ayakta kalacak.

Sektör için en büyük ders şudur: "RiskOps" yaklaşımı bir tercih değil, zorunluluktur. Güvenlik, uyumluluk ve operasyon ekipleri arasındaki duvarları yıkmak zorundayız. Şekerbank'ın başarısı, güvenliği sadece bir IT işi değil, stratejik bir büyüme aracı olarak görmesinden geliyor. Fraud.com olarak bankaların bu dönüşümünde en güçlü teknoloji ortağı olmaya devam edeceğiz.

BİR BAKIŞTA: ŞEKERBANK BAŞARI HİKÂYESİ

Anadolu'nun kalkınmasında öncü rol oynayan Şekerbank, dijital çağın risklerini yönetmek için Fraud.com ile stratejik bir dönüşüme imza attı.

● **Zorluk:** Dijital kanallardaki (mobil, internet, ATM) işlem hacmi artarken eski sistemlerin yarattığı yüksek "yanlış alarm" oranları ve manuel incelemelerin getirdiği operasyonel verimsizlik.

● **Çözüm:** Yapay zekâ destekli tespit motoru aiReflex ile merkezi orkestrasyon platformu fcase'in entegrasyonu.

SONUÇ:

■ **Operasyonel hız:** Otomasyon sayesinde analistlerin vaka inceleme sürelerinin optimize edilmesi.

■ **Hassas tespit:** Gerçek tehditleri yakalama oranında artış, hatalı alarmlarda belirgin düşüş.

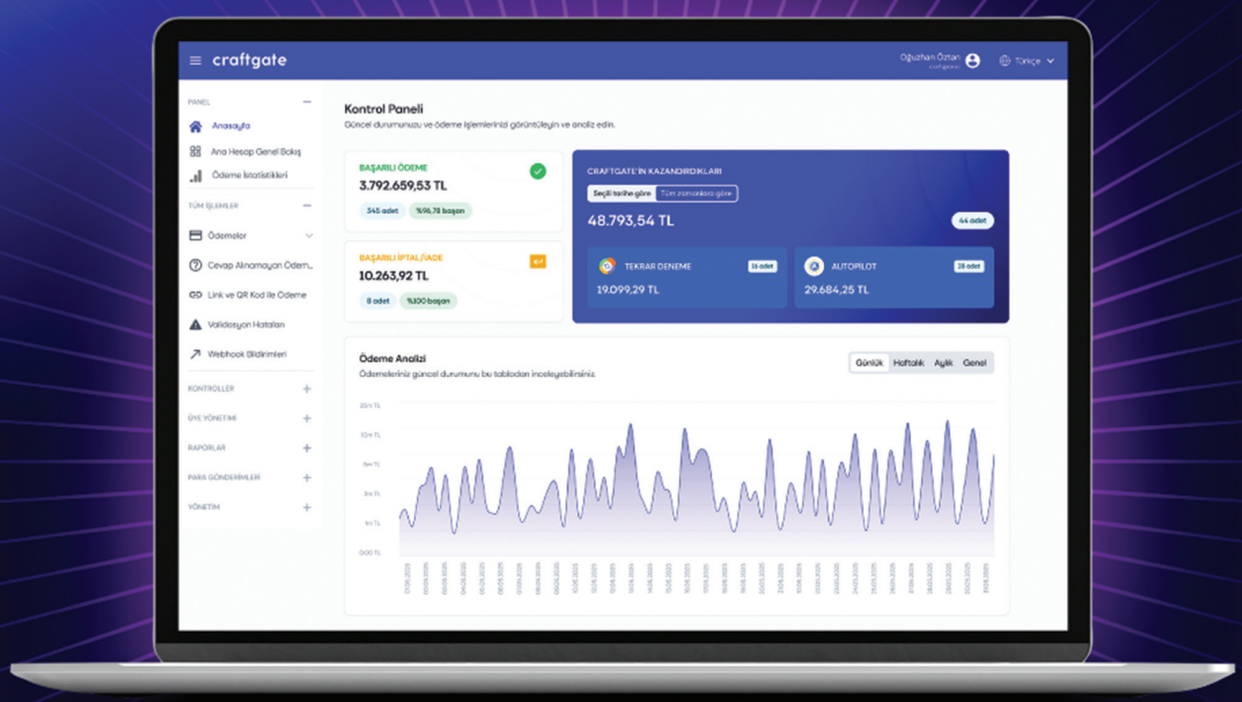
■ **Tam uyum:** KVKK ve BDDK regülasyonlarına yüzde 100 uyumlu, denetlenebilir ve şeffaf raporlama altyapısı.

verisoft SEKURA

TÜRKİYE'NİN EN YENİ KART MERKEZİ HİZMETİNİZE HAZIRDIR

Verisoft Sekura Fethiye Cd 43 Çayırova sekura@verisoft.com www.sekuracard.com

Ödeme süreçlerinin verimli çalışması sürdürülebilir kârlılığın önemli bir parçası



Kurumların sanal POS kesintileri, maliyet dalgalanmaları ve farklı panellerden yönetilen kompleks yapıları nedeniyle yaşadığı görünmez kayıplar artıyor. Bağımsız ödeme orkestrasyonu platformu Craftgate, bu karmaşayı sadeleştirerek online ödeme süreçlerini kurumların sürdürülebilir kârlılık stratejisinin ayrılmaz bir parçası haline getiriyor...

craftgate

Sigorta, perakende ve turizm gibi yüksek hacimli sektörlerde ödeme adımı artık teknik bir süreçten çok daha fazlası. Poliçe yenilemelerinde ortaya çıkan bir hata, yoğun alışveriş dönemlerinde yaşanan saniyelik bir gecikme veya tek bir sanal POS sağlayıcısındaki anlık kesinti, çoğu zaman fark edilmeyen kritik gelir kayıpları yaratıyor. Bu nedenle artık ödeme sürecinin hızlı ve kesintisiz çalışırken olası ciro kaybını kazandırır nitelikte olması büyük önem taşıyor.
Geliştirdiği teknolojilerle bunu sağlayan Craftgate, ödeme süreçlerini operasyonel bir zorunluluktan, kurumların gelir sürekliliğini güçlendiren ve kârlılığını artıran stratejik bir katmana dönüştürüyor.

Ödemeyi aksatan mikro hatalar makro sonuçlar doğuruyor

Ödeme altyapılarındaki anlık kesintiler ve yoğun dönemlerde artan başarısız işlemler, kurumların gelir akışını zorlayan noktalardan. Craftgate'in Autopilot teknolojisi, bu kesintileri milisaniyeler içinde algılayarak ödeme işlemini anlaşmalı olunan ve çalışan ödeme hizmeti sağlayıcısına yönlendiriyor.
Müşterinin olumsuz bir deneyim yaşamasının önüne geçen bu yönlendirme, ödeme işleminin başarısını artıran bir kaldıraç görevi görüyor. Başarısız olacak bir işlem birkaç saniye içinde aktif diğer sanal POS'a taşınarak gelir kaybı önleniyor.
Sigorta, turizm ve perakende gibi yüksek hacimli sektörlerde Autopilot, arka planda sürekli çalışan bir verimlilik katmanı görevi görüyor.

Her işlemin arka planında çalışan kârlılık motoru

Ödeme maliyetleri çoğu zaman sabit kabul edilse de aslında her işlem kendi dinamiklerine göre farklı bir maliyete sahip. İşletmelerin ödeme hizmeti sağlayıcılarıyla yaptıkları anlaşmalara göre kart tipi, taksit seçeneği ve diğer koşullar bu maliyeti sürekli değiştiriyor. Craftgate'in Akıllı ve Dinamik Yönlendirme teknolojisi, her ödeme işlemini anlık analiz ederek, ödemeyi üye işyerinin ticari anlaşmaları uyarınca en avantajlı sağlayıcıya yönlendiriyor. Böylece maliyet avantajı, kampanya dönemlerine veya manuel müdahalelere bağlı olmaktan çıkıyor, işlem bazlı gerçek zamanlı bir avantaj sağlanıyor.
Üye işyerleri, anlaşmalı oldukları ödeme hizmeti sağlayıcılarında yaşanan kesintiler nedeniyle yaşayacakları ciro kaybını ortadan kaldıran bu özellik sayesinde kârlılıklarını günlük operasyonların doğal bir parçası olarak sürdürüyor. Bu sayede Craftgate, 2025'in ilk 10 ayında üye işyerlerine 873.7 milyon TL olası ciro kaybını geri kazandırdı.

Operasyonel karmaşayı sıfırlayan merkezi kontrol

Günümüzde bir kurumun aynı anda birçok farklı banka, ödeme/e-para kuruluşu ve alternatif ödeme yöntemiyle çalışması, farklı ticari koşullardan yararlanmak ve müşteri tercihlerini gözetmek açısından artık bir zorunluluk. Fakat bu çeşitlilik çok sayıda panel, uyumsuz raporlama yapıları ve manuel mutabakatlarla birleştiğinde online ödeme süreçlerine temas eden ekipler için ciddi bir operasyon yüküne dönüşüyor.
Craftgate, tüm bu dağınık yapıları tek bir panelde birleştirerek üye işyerlerine tam görünürlük ve yönetilebilirlik sağlıyor. Bu yaklaşım hem operasyonu hızlandırıyor hem de karar alma süreçlerini güçlendiriyor. Böylece ödeme süreçleri karmaşık bir ağ içinde kaybolmak yerine daha öngörülebilir ve yönetilebilir bir yapıya kavuşuyor.

Bağımsızlık artık bir rekabet avantajı

Craftgate ödeme orkestrasyonu platformunun temel farkı, üye işyerlerine diledikleri banka, ödeme/e-para kuruluşu ve alternatif ödeme yöntemlerle çalışabilecekleri bağımsız teknoloji katmanı sunması. Bu yapı sayesinde kurumlar ödeme stratejilerini tek bir sağlayıcının performansı, maliyeti veya teknik sınırları doğrultusunda şekillendirmek zorunda kalmıyor. Craftgate ile kurumlar finansal açıdan daha esnek hareket edip, riski dağıtıyor ve maliyetlerini kontrol altında tutuyor.
Ödeme adımı, müşteri deneyiminden gelir yönetimine kadar birçok alanı etkileyen çok katmanlı bir yapı. Craftgate bu yapıyı sadeleştirerek ödeme sürecini yalnızca bir son adım olmaktan çıkarıp sürdürülebilir kârlılığın temel bileşenlerinden biri haline getiriyor.
Artık mesele ödemenin gerçekleşmesi değil; her koşulda kurumun en avantajına olacak biçimde gerçekleşmesi. Craftgate platformu ödeme süreçlerine hız, dayanıklılık, maliyet avantajı ve stratejik kontrol kazandırarak, ödemelerin doğal akışında kurumlar için değer üretmesini sağlıyor.

Garanti BBVA – Mastercard iş birliğiyle akıllı optimizasyon: MODERN BANKACILIKTA tahsilat stratejisi dönüşümü

Teoman Alponat
Garanti BBVA
Bireysel Ürünler Tahsilat Direktörü

Fatih Alali
Mastercard
Strateji ve Yapay Zekâ Kıdemli Danışmanlık Hizmetleri Lideri

Garanti BBVA, Mastercard iş birliğiyle yapay zekâ tabanlı müşteri segmentasyonu, "en iyi sonraki adım" modelleri ve stokastik optimizasyon motorunu bir araya getirerek, tahsilat stratejisini yeniden tanımladı. Bu sayede banka, artan karmaşıklık ve operasyon kısıtları gibi sorunları giderip, süreç için gerekli aksiyonları bütçe ve kapasiteyle gerçek zamanlı olarak uyumlandırmış oldu.

Yapay zekâ destekli stratejiyle tahsilat süreçlerinin dönüştürüldüğü bu projede; Garanti BBVA ve Mastercard'dan Esin Ünal Yılmaz, Halil Kılıç, Bartu Efe Köse, Merve Öztürk, Kerem Ahmet Seven, Altan Durmaz, Suphi Ayıldağ, Hakan Harbelioğlu, Mervecan Çakır ve Ukbehan Sağırlı görev aldılar.

Mastercard'ın Strateji ve Yapay Zekâ Kıdemli Danışmanlık Hizmetleri Lideri Fatih Alali, Garanti BBVA Bireysel Ürünler Tahsilat Direktörü Teoman Alponat ile projenin çıkış noktasını, amaçları ve sağlayacağı faydaları konuştu...

Son yıllarda tahsilat alanı nasıl evrildi ve hangi yeni zorluklar ortaya çıkıyor?

Tahsilat, bankacılığın her zaman temel taşlarından biri oldu. Ancak son yıllarda bu alan, yalnızca ödemelerin toplanmasına indirgenen operasyonel bir süreç olmaktan çıkarak, doğrudan bankaların finansal performansını, müşteri güvenini ve sürdürülebilir büyümesini etkileyen stratejik bir işlev haline geldi. Bu dönüşümün arkasında birkaç kritik dinamik var.

- Öncelikle pandemi sonrasında ödeme davranışları daha karmaşık, öngörülmesi zor ve kişiselleştirilmiş yaklaşımlar gerektiren bir yapıya büründü. Geleneksel tek tip çözümler artık yetersiz kalırken, müşterilerin farklı risk profillerine ve davranış modellerine göre yönetilmesi zorunlu hale geldi.
- İkinci olarak, kaynak ve kapasite kısıtları önemli bir baskı unsuru oluşturuyor. Bugün bankalar, yalnızca daha fazla tahsilat temsilcisi istihdam ederek ölçeklenemiyor. Bunun yerine verimliliği artıran, mevcut kapasiteyi daha akıllıca kullanan ve operasyonel maliyetleri düşüren çözümlere ihtiyaç duyuyorlar. Bu da stratejik optimizasyonu ön plana çıkarıyor.
- Bir diğer değişim de müşteri beklentilerinde gözlemleniyor. Özellikle dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte, müşteriler geleneksel telefon görüşmeleri yerine kesintisiz dijital çözümleri, mobil uygulamaları veya yazılı iletişimi tercih etmeye başladı. Bu da çok kanallı tasarımları, self-servis çözümleri ve konuşma analitiği gibi teknolojileri olmazsa olmaz hale getiriyor.

Kısacası günümüzde tahsilat yalnızca bir alacak yönetimi değil; veriyle beslenen, kapasiteyi stratejik yöneten, çok kanallı deneyim sunan ve uzun vadeli güven

inşa eden bir müşteri ilişkileri fonksiyonu haline geldi. Bu da bankaların rekabet avantajını koruması için tahsilat süreçlerinde inovasyonu ve yapay zekâ destekli dönüşümü zorunlu kılıyor.

Bankanızı tahsilat stratejisini yeniden düşünmeye ve daha veri odaklı yaklaşımlar keşfetmeye motive eden neydi?

Tahsilat süreçlerimizi yeniden ele almamızın temelinde etkinliği artırma, sınırlı kaynakları daha verimli kullanma ve değişen müşteri dinamiklerine uyum sağlama ihtiyacı vardı. Geleneksel yöntemlerin artık yeterli olmadığını çok net gördük: Müşteri ödeme davranışları hızla evriliyor ve bankalar bu değişime aynı hızda uyum sağlayamazsa hem finansal hem de ilişki yönetimi açısından geride kalma riski doğuyor.

Kapasite ve kaynakların doğal sınırları da bizi daha akıllı çözümler aramaya yöneltti. Artık mesele yalnızca daha fazla arama yapmak değil, doğru müşteriye doğru zamanda, doğru kanaldan en etkili eylemi iletebilmek. Bu da önceliklendirme, kaynak tahsisi ve optimizasyonu stratejimizin merkezine koymamızı gerektirdi. Aynı zamanda bunu yalnızca bir operasyonel iyileştirme değil, dijital dönüşüm fırsatı olarak da gördük. İçeride sıkça söylediğimiz gibi, tahsilat bugün yalnızca geri ödeme mekanizması değil; veri odaklı karar verme, gelişmiş analitik, müşteri deneyimi yönetimi ve sürekli öğrenmenin merkezinde yer alıyor. Segmentasyon, "test et ve öğren" (test & learn) uygulamaları ve konuşma analitiği gibi araçlarla müşteri dinamiklerini çok daha derinlemesine anlayabiliyor, içgörülerimizi doğrudan modellerimize yansıtarak kendini sürekli geliştiren bir yapı kurabiliyoruz.

Bu dönüşümde Mastercard Danışmanlık iş birliği çok önemli bir katalizör oldu. Kendi iç yetkinliklerimizi, Mastercard'ın yapay zekâ destekli modelleme ve optimizasyon konusundaki uzmanlıklarıyla birleştirmek, bizi yalnızca finansal etki açısından değil, aynı zamanda daha akıllı, ölçeklenebilir ve ileriye dönük bir tahsilat stratejisi kurgulama konusunda da bir üst seviyeye taşıdı.

TÜRÜNÜN TEK ÖRNEĞİ: YAPAY ZEKÂ İLE TAHSİLAT OPTİMİZASYONU

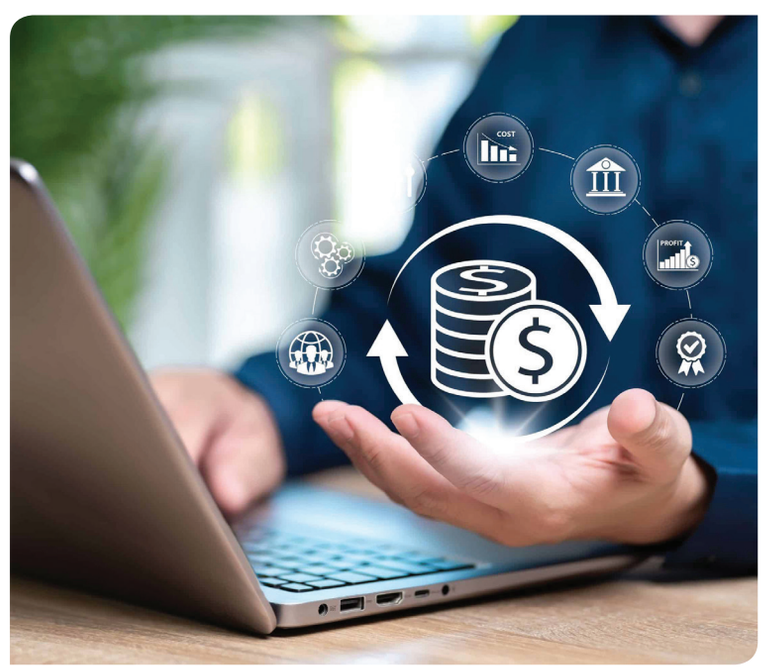
Ekibinizin tahsilatları modernize etmek için benimsediği yaklaşım hakkında daha fazla bilgi verebilir misiniz?

Modernizasyon sürecimizi tasarlarken temel hedefimiz, gelişmiş analitiği operasyonel disiplinle buluşturmak oldu. İlk adımda segmentasyon yapımızı derinleştirdik ve farklı müşteri grupları için daha özelleştirilmiş stratejiler geliştirdik. Bu noktada yapay zekâ destekli tahmin modellerinden, özellikle de "en iyi sonraki adım" yaklaşımından faydalandık. Böylece her müşteri için en uygun eylemi öngörerek sürecin kişiselleştirilmesini sağladık.

Bu stratejilerin gerçek hayatta etkin biçimde uygulanabilmesi için, tüm eylemleri ajan kapasitesi, bütçe ve

zaman gibi operasyonel sınırlarla uyumlu hale getiren bir optimizasyon motoruna entegre ettik. Bu sayede, yalnızca doğru eylemleri seçmekle kalmadık, aynı zamanda mevcut kaynakları portföy genelinde en verimli şekilde dağıtabildik.

Bu yolculuğun kalbinde ise Mastercard Danışmanlık ekibiyle birlikte geliştirdiğimiz Tahsilat Optimizasyonu projesi var. Pazarımızda türünün ilk örneği olan bu çözüm, her müşteri için en etkili adımı tahmin modelleriyle belirlerken, optimizasyon motoru sınırlı kaynakları stratejik şekilde yönetti. Böylece çağrı merkezi kapasitesi artık manuel değil, tamamen veri odaklı ve stratejik bir biçimde kullanılmaya başladı. Bu da her etkileşimin mümkün olan en yüksek değeri yaratmasını garanti altına aldı.



Bu projeyi daha geniş bir dönüşümün parçası olarak dört stratejik sütun üzerine inşa ettik. Gelişmiş analitik ile test & learn metodolojisini ve konuşma analitiğini bir araya getirerek sürekli öğrenen bir yapı oluşturduk. Çok kanallı deneyim tasarımıyla dijital self-servis, canlı sohbet ve hibrit çağrı yönetimi gibi çözümler geliştirdik ve müşterilere daha fazla kolaylık sunduk. Operasyonel mükemmeliyet alanında iş gücü yönetimini yeniden tasarlayarak süreçleri yalınlaştırdık. Tüm bunların merkezine ise müşteri memnuniyetini koyduk; böylece her temas noktasında daha hızlı, daha kişiselleştirilmiş ve daha sorunsuz bir deneyim sunmayı mümkün kıldık.

> *“İç inovasyon kültürümüzü Mastercard’ın global uzmanlığıyla birleştirerek, tahsilat süreçlerimizi yalnızca daha verimli ve veri odaklı değil, aynı zamanda ölçeklenebilir, müşteri merkezli ve geleceğe hazır hale getirdik.”*

Bu dönüşümden ne tür sonuçlar veya faydalar gördünüz?

Bu dönüşümün sonuçları çok cesaret verici oldu. Mastercard Danışmanlık ekibiyle birlikte inşa ettiğimiz optimizasyon projesinden, iletişim başına etkinlikte yüzde 30’dan fazla artış ve NPL girişlerinde yüzde 15’e kadar azalma elde ettik. Tüm bunları operasyonel maliyeti artırmadan yaptık. Bu, çağrı merkezi tahsilat temsilcilerimizin önemli ölçüde daha verimli hale geldiği ve sınırlı kapasitemizin en büyük farkı yarattığı vakalara tahsis edildiği anlamına geliyordu.

Salt rakamların ötesinde, müşteri deneyimi üzerinde de anlamlı bir etki gördük. Bugün, yeniden yapılandırmaların yarısı ve ödeme sözlerinin üçte biri dijital kanallar aracılığıyla gerçekleşiyor, bu da çok kanallı stratejimizin başarısını yansıtıyor. Müşteriler artık bizimle etkileşime geçmek için daha uygun yollar buluyor ve bu da daha yüksek memnuniyet ve NPS’mizde belirgin bir artışa dönüşüyor.

Finansal olarak, program kârlılığı güçlü katkılar sağladı. Ancak belki de daha da önemlisi kültürel etkidir: Tahsilat işlevimiz içinde deney, teknoloji benimseme ve sürekli öğrenme kültürü oluşturduk. Bu, bugün gördüğümüz faydaların bir kerelik olmadığını, sürekli bir iyileşme döngüsünün parçası olduğunu garanti ediyor.

> *“Mastercard Danışmanlık ekibiyle birlikte inşa ettiğimiz optimizasyon projesinden, iletişim başına etkinlikte yüzde 30’dan fazla artış ve NPL girişlerinde yüzde 15’e kadar azalma elde ettik. Tüm bunları operasyonel maliyeti artırmadan yaptık.”*

“YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ ÇAĞRI BOTLARINI DEVREYE ALACAĞIZ”

İleriye dönük olarak, tahsilatların nasıl evrileceğini ve yapay zekâyla optimizasyonun ne gibi roller oynayacağını görüyorsunuz?

Tahsilatın geleceğini, giderek daha fazla yapay zekâ odaklı bir yapının şekillendireceğine inanıyoruz. Bugün geldiğimiz noktada yapay zekâ ve optimizasyon yalnızca stratejiyi belirleyen araçlar değil; aynı zamanda her etkileşimi gerçek zamanlı olarak yöneten hem banka için verimli hem de müşteri için yapıcı sonuçlar üreten birer uygulama gücüne dönüşüyor.

Öncelikli planlarımızdan biri, düşük riskli ve dijital yetkinliği yüksek müşteri grupları için yapay zekâ destekli çağrı botlarını devreye almak. Bu sayede rutin etkileşimleri ölçekli bir şekilde otomatikleştirebilecek, tahsilat çağrı merkezi temsilcilerimizin ise empati ve uzmanlık gerektiren karmaşık, yüksek etkili görüşmelere odaklanmasını sağlayabileceğiz. Uzun vadede ise dijital self-servis çözümler, yapay zekâ destekli öneri sistemleri ve insan uzmanlığını bir arada sunan hibrit modellerin sektörün yeni standardı olacağını öngörüyoruz.

Verimlilik boyutunun ötesinde, tahsilatın rolü de genişliyor. Artan düzenleyici inceleme ve değişen müşteri beklentileriyle birlikte, tahsilat yalnızca geri ödeme süreci olmaktan çıkıyor. Aksine, bankalar için müşteriye yeniden temas etmenin, güveni pekiştirmenin ve ilişkiyi dönüştürmenin kritik bir anına dönüşüyor. Bizim bakış açımızda tahsilat, sadece finansal bir aksiyon değil; aynı zamanda müşteriyle bağlantıyı güçlendiren, teknoloji ile stratejiyi buluşturan bir etkileşim noktasıdır.

Bütün bunları sürdürülebilir kılacak unsur ise kültürel dönüşümümüzdür. Deneyselliği benimseyen, yapay zekâ ve sürekli iyileştirmeyi merkezine alan bir yaklaşımla ilerliyoruz. Geleceğe baktığımızda, tahsilatın akıllı, ölçeklenebilir ve müşteri odaklı yapay zekâ destekli modellerle yeniden tanımlanacağını ve sektör için yeni ölçütler getireceğini çok net görüyoruz.

Bütünleşik[1] Finans Sağlayıcı[2]

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.

Moka United, 2026'da POS çözümleriyle daha görünür olacak

Moka United, POS çözümlerinde 2026 yılına yeni sürprizlerle başlıyor. Sanal POS hizmetlerinin yanı sıra fiziki POS'ta da iddialı olduklarını belirten Moka United Ürün ve İş Geliştirme'den Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Erender Çekim, "Çevrimiçi ticaretteki gücümüzü fiziksel dünyaya taşıyarak, işletmelere satış noktalarında hızlı, güvenli ve kullanıcı dostu ödeme alma imkânı sunuyoruz. Gerek yurt içi gerekse yurt dışında işletmelerin dijitalleşme yolculuğuna hız ve güven katacağız" diyor...

Türkiye'nin ödeme sistemleri ve finansal teknolojiler alanındaki öncü şirketlerinden Moka United, POS karmaşasını geçmişte bırakmak için düğmeye basıyor. "Tek cihaz, tek sözleşme ve ertesi gün hesaba geçen ödeme" avantajıyla işletmelerin dijitalleşme yolculuğuna hız ve güven kattıklarını belirten Moka United Ürün ve İş Geliştirme'den Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Erender Çekim, "Yapay zekâ asistanları aracılığıyla Moka United, POS tahsilatlarını tek bir cihaz üzerinden sağlayan yepyeni bir döneme adım atıyor. 2026 yılında bu kapsamda çok güzel sürprizlerimiz olacak" diyor.

İşletmelerin ödeme alma süreçlerinde finansal çözüm anahtarı olma iddialarını sürdürdüklerini vurgulayan Çekim, sözlerini şöyle sürdürüyor: "Finansal ihtiyaçları teknolojiyle buluşturmaya, ödeme alma yani POS tarafında hızlı ve güçlü işlere imza atmaya devam ediyoruz. Sadece sanal POS değil, fiziki POS tarafında da kolaylık ve müşteriye süreçleri basitleştiren bir güven sunuyoruz. Dijital ödeme sistemlerindeki deneyimimizi fiziki noktalara taşıyoruz. Finansal teknolojilerde sunduğumuz yenilikçi ve kapsamlı çözümlerle işletmelerin dijitalleşme yolculuğunda güçlü bir partner olarak fiziki POS hizmetiyle de öne çıkmak istiyoruz. Dijital kanallardaki sağlam altyapımızı fiziksel mağaza operasyonlarına entegre ediyoruz. Böylece farklı satış kanallarını tek bir platformda buluşturarak işletmelere pratik, hızlı ve güvenilir ödeme yönetimi imkânı sunuyoruz. 2026'da Moka United, fiziki POS çok daha görünür hâle geliyor."

Erender Çekim
Moka United
Ürün ve İş Geliştirme'den Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı

KOBİ'ler ve zincir mağazalar için ideal çözüm

Artık tüm işletmelerin Android tabanlı işletim sistemi üzerinden temassız ya da QR ile ödeme seçeneklerini müşterilerine sunabildiğini hatırlatan Çekim, "Üstelik tüm işlemleri tek bir üye işyeri paneli üzerinden görüntüleyebilecekleri bir çözüme de erişiyorlar. Moka United olarak işletmelerin iş yükünü azaltan, hayatlarını kolaylaştıran çözümler sunmaya devam ediyoruz" diyor.

Moka United'ın çözümü, bankalarla ayrıca bir POS sözleşmesi yapmaya gerek kalmadan ödeme kabulünü mümkün kılıyor. Bu sayede işletmeler, hem donanımsal esneklik hem de yazılım tarafında yüksek verimlilik sağlıyor. Anlaşmalı bankalarla gerçekleştirilen işlemlerde taksitli ödeme seçenekleri de sunulurken, cihazlar üzerinden fiş ve fatura düzenleme gibi temel ihtiyaçlara da cevap veriliyor.

Erender Çekim, bu hizmeti özellikle fiziksel mağaza operasyonlarını dijitalleştirmek isteyen KOBİ'ler ve zincir mağazalar için ideal bir çözüm olarak konumlandırdıklarını vurguluyor ve ekliyor: "Kurulum kolaylığı, düşük operasyonel maliyet ve güçlü teknik destek gibi avantajlar sayesinde işletmeler, ödeme süreçlerini sadeleştirerek daha iyi bir müşteri deneyimi sunabiliyor.

İŞLETMENİZ İÇİN TEK POS YETER!

Moka United Fiziki POS
ile anlaşmalı tüm bankalardan* taksitli ödeme alın.

*Moka United tarafından anlaşma yapılan tüm bankalara ait kartlarla taksitli ödeme alabilirsiniz.

Websitemizi ziyaret edin.

Başvuru için okutun.

mokaunited

Moka United

Çalışanlarına yeni yıl hediyesi vermek isteyen şirketlere çözüm Pluxee'den!

Pluxee'nin kurumsal hediye çözümü "Pluxee Hediye" ile şirketler, yeni yıl döneminde çalışanlarına hediye vermeyi kolay ve hızlı bir deneyime dönüştürüyor. Zengin marka ağı sayesinde farklı kategorilerde geniş bir seçim alanı sunan platform, çalışanların kendi ihtiyaçlarına göre uygun hediyeyi özgürce belirlemesine imkân tanıyor. İster online ister mağazada kullanılabilen Pluxee Hediye, Türkiye'nin en zengin online harcama ağlarından birine sahip yapısıyla kurumların, yeni yılda çalışanlarına hem esnek hem de kişiselleştirilebilir bir hediye deneyimi sunmasını sağlıyor...

Yeni yıl döneminde pek çok şirket, çalışanlarına teşekkür etmenin anlamlı bir yolunu arıyor. Ancak hediye seçimi, tedarikçi görüşmeleri ve dağıtım gibi süreçler çoğu zaman beklendiğinden daha fazla zaman ve iş yükü yaratabiliyor. Pluxee, "Pluxee Hediye" çözümüyle bu süreci kurumların ihtiyaçları doğrultusunda ister dijital ister fiziki kart seçenekleriyle hızlı bir şekilde yönetiyor; hediye vermeyi zahmetli bir operasyon olmaktan çıkarıp pratik ve yönetilebilir bir deneyime dönüştürüyor.

Pluxee Hediye sayesinde işverenler, çalışanlarına tanımladıkları bakiyeleri Türkiye'nin 81 ilinde gıda, giyim, teknoloji, seyahat, ev & yaşam, akaryakıt, online alışveriş ve daha pek çok kategorideki birbirinden seçkin markada kullanma imkânı sağlıyor. Talebe ve ihtiyaca göre ister dijital ister fiziki olarak sunulabilen hediye çözümü, yüzde 45'e varan vergi avantajıyla, yeni yıl bütçesini daha verimli yönetmek isteyen kurumlara maaliyet avantajı sağlıyor.

Sinem Hekimoğlu
Pluxee Türkiye
Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı

pluxee

Pluxee Türkiye Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Sinem Hekimoğlu, çalışan deneyiminin şirketlerin başarı yolculuğundaki belirleyici rolüne dikkat çekerek şunları söylüyor: "Çalışan deneyimini iyileştirmek ve bağlılığı artırabilmek için önce onların beklentilerini anlamamız gerekiyor. Ipsos ile 10 ülkede yaklaşık 9 bin çalışanla yaptığımız küresel araştırma; çalışanların artık kurumlarına verdikleri emeğin karşılığında daha net, daha somut ve daha kişiselleştirilmiş haklar görmek istediğini açıkça ortaya koyuyor.

Türkiye'de de durum farklı değil. Çalışanların yüzde 36'sı ihtiyaçlarına uygun yan haklar sağlayan şirketleri daha cazip buluyor. Pluxee olarak odağımıza her zaman çalışan deneyimini alıyoruz ve onların değişen ihtiyaçlarını doğru analiz etmenin önemini çok iyi biliyoruz. Araştırmalar aynı zamanda çalışanların özellikle yeni yıl gibi dönemlerde hatırlanmak istediklerini ve kurumların büyük bölümünün bu dönemde kurumsal hediye verdiğini gösteriyor. Pek çok işveren, çalışanlarını özel hissettirecek ancak operasyonel açıdan yük yaratmayacak bir hediye çözümü arayışına giriyor. Biz de Pluxee Hediye ile tam olarak bu ihtiyaca cevap veriyoruz. Hediye platformumuz, çalışanların kendilerine tanımlanan bakiyeleri ihtiyaçlarına göre esnek bir şekilde kullanmalarına imkân tanırken; şirketler için de hediye operasyonlarını minimum eforla, hızlı ve zahmetsiz bir şekilde yönetebilecekleri pratik bir çözüm sunuyor."

Dijital bakiye avantajı: İster böl, ister tek seferde kullan!

Pluxee Hediye'nin en çok öne çıkan özelliklerinden biri de esnek bakiye kullanımı. Çalışanlar kendilerine tanımlanan bakiyeyi ister tek seferde ister ihtiyaç duydukça parça parça harcayabiliyor. Üstelik Beymen, Pegasus, Boyner, Hepsiburada, IKEA, Teknosa, Gratis, Pazarama, Decathlon, Mavi, Mudo, Defacto, Koton, Starbucks, CarrefourSA, A101, Şok gibi Türkiye'nin önde gelen markalarının da yer aldığı geniş marka ağı sayesinde seçim yapmak çok daha kolay hale geliyor.

Kasko, Sağlık ve Trafik Sigortalarında Peşin Fiyatına

Taksit Avantajları!

Detaylı bilgi için
QR kodu okutun.

*Taksit kampanyalarında sadece anlaşmalı banka kredi kartları geçerlidir.

0850 202 20 20 | 0850 402 20 20
turkiyesigorta.com.tr

TÜRKİYE SİGORTA
Gücü, adında.

QNB Türkiye, "net sıfır" hedefine müşterileriyle birlikte yürüyecek

"Minik Eller Büyük Hayaller" platformuyla 10 yılda 750 bin çocuğa dokunan QNB Türkiye, son 2 yılda "net sıfır" karbon hedefi başta olmak üzere sürdürülebilirlik bağlantılı projeler için 3 milyar dolar kaynak ayırdı...

QNB Türkiye, Habitat Derneği ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) iş birliğiyle yürütülen "Su ile Hayata" projesi kapsamında Gaziantep'te çocuklarla bir araya geldi. QNB Türkiye Genel Müdürü Ömür Tan, Habitat Derneği İcra Kurulu Başkanı Bora Caldu ve UNDP Türkiye Mukim Temsilci Yardımcısı Miodrag Dragisic ile UNDP Bölge Koordinatörü Hamit Doğan'ın katılımıyla gerçekleşen buluşmada çocuklar, suyun döngüsünü, su tasarrufunun önemini ve doğayla kurulan bağı uygulamalı atölyelerde deneyimledi.

QNB Türkiye, 2015 yılında kurduğu "Minik Eller Büyük Hayaller" sosyal sorumluluk platformunun çevresel sürdürülebilirlik alanındaki uygulamalarından biri olan ve geçen yıl başlayan "Su ile Hayata" projesi, 7-14 yaş arası çocuklarda suyun değeri, su tasarrufu ve çevresel farkındalık konularında bilinç geliştirmeyi hedefliyor.

Ömür Tan
QNB Türkiye
CEO'su

QNB Türkiye CEO'su Ömür Tan, gezi kapsamından düzenlenen basın toplantısında, grubun kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik çalışmalarına verdiği önemi vurgulayarak şu bilgileri paylaştı:

"Minik Eller Büyük Hayaller platformuyla 10 yılda 750 bin çocuğa ulaşmak bizim için müthiş bir başarı oldu. Anne babaları ve kardeşlerini de düşünürseniz etki alanının ne kadar yüksek olduğunu anlayabilirsiniz. Proje kapsamında çocuklarımıza matematiği, kodlamayı-yazılımı, teknolojiyi öğrettik. Tiyatro ve sinema etkinlikleriyle buluşturduk."

2050 için "net sıfır" sözü

Tan, QNB Türkiye'nin özellikle son 2-3 yıldır sürdürülebilirliğe daha fazla önem verdiğine işaret ederek konuşmasını şöyle sürdürdü:

"Bankada yaklaşık 2 yıl önce organizasyonel yapılanmamızı buna göre değiştirdik ve sürdürülebilirliği merkezimize koyduk. Öncelikle kendi sorumluluklarımızı netleştirelim dedik, farkındalıklar yarattık. Ama elbette bu konunun en büyük etki alanı, bankanın sorumluluğu ve bizim büyüklüğümüzle bağlantılı. En büyük etkiyi, finanse ettiğimiz projeler, müşteriler ve onların değer zincirleri üzerinden yaratıyoruz. Burada söz konusu değer zincirlerinin içine dokunan her şeyden bahsediyoruz.

Bu doğrultuda 2050 yılı için 'net sıfır' sözü verdik. Bu taahhüdü hem kendi karbon emisyonumuz, hem müşterilerimizin kendi etki alanlarındaki karbon emisyonu hem de onların satış yaptığı müşteri zincirindeki karbon emisyonu için veriyoruz. Bunun için birçok sistematik oluşturduk ve halen de üzerinde çalışıyoruz. Söz konusu taahhüt doğrultusunda birçok büyük proje geliştirdik. Kredi komitelerimiz de dahil olmak

üzere, riskleri değerlendirirken müşterilerin çevresel etkilerini pozitif ve negatif yönleriyle ciddi anlamda ele alıyoruz."

"Sınırda karbon" ihracatçıyı zorlayacak

Ömür Tan, karbonun sadece çevresel faktörler değil, rekabet avantajı anlamında da gelecekte çok fark yaratacak bir konu olduğunu şu sözlerle izah etti: "En basit örneğiyle, 2026 yılında 'sınırda karbon' düzenleme mekanizması devreye giriyor. Türkiye'nin ihracatının çok büyük bir kısmı Avrupa'ya yapılıyor. 2026 başı itibarıyla, Avrupa'ya ihracat yapacak bir üretici karbon emisyonu hesaplamalarının dışında kalırsa, rekabet etme ihtimali çok düşük. Çünkü ciddi bir vergi ödeyecek ve bu vergiden dolayı rekabet edemeyip kaybolma riskiyle karşı karşıya kalacak. Dolayısıyla riski değerlendirirken, müşteri risklerine de bu perspektiften bakıyoruz. Günün sonunda ise çevreye verilen zararı minimize etmeye odaklanan bir sistemimiz var."

Bankaların sürdürülebilirlik bütçesi 50 milyar doların üzerinde

Ömür Tan, sürdürülebilir finansmanın sadece bankaların müşterilerine verdiği krediler için değil kendi aldıkları krediler için de geçerli olduğuna da şöyle dikkat çekti: "Sendikasyonlarımızda, yurt dışı borçlanmalarımızda da buna çok dikkat ediyoruz. Eylül 2025 itibarıyla borçlanmalarımızın yaklaşık yüzde 28.1'i sürdürülebilir kaynaklardan sağlandı. Proje finansman kredilerimizin de yüzde 37.4'ü sürdürülebilir projelere yöneldi."

QNB Türkiye'nin bugüne kadar sürdürülebilirlikle bağlantılı projelere ayırdığı toplam kaynağın yaklaşık 3 milyar ABD Doları düzeyinde olduğunu açıklayan Tan, bankacılık sektörü toplamıyla ilgili gelen soruya da "QNB Bank'ın pazar payının yüzde 5-6 arasında olduğunu göz önüne alırsak, sektör geneli için bu tutarın 50-50 milyar dolar civarında olduğunu söyleyebiliriz" cevabını verdi.

"Dengeli büyümeye devam"

Ömür Tan, toplantıda QNB Bank'ın 2026 yılı plan ve hedefleriyle ilgili de şu bilgileri paylaştı:

"Her zaman olduğu gibi, pazar payımızı adım adım artırarak, dengeli bir şekilde büyümeyi hedefliyoruz. Kurumsal, ticari, KOBİ, bireysel ve kredi kartı alanlarında dağınık değil, dengeli bir yapı kurmaya çalışıyoruz. Son 10 yıldır, QNB'nin Türkiye'ye gelişinden bu yana stratejimiz hep aynı: Her yıl özel bankalar arasındaki pazar payımızı düzenli olarak artırmak. Dolayısıyla 2026 yılı için de stratejimiz aynı olacak."

Tan, QNB Bank bünyesinden ayrılarak bağımsız bir dijital bankaya dönüşen Enpara ile ilgili de şu değerlendirmeyi yaptı: "Öncelikle bu ayrılık bizi şöyle etkiledi: Aşırı gurur duyduk! Enpara, 13 yıllık bir marka. Eylül 2025 tarihine kadar bankamız bünyesinde bir segmentti. 13 yaşındaki bu çocuğumuza bir nevi doğum verdik; yeni bir banka doğdu. Doğrusu çok zorlu bir operasyondu bu. Bilgi sistemlerinden mevzuatına, regülasyonlardan halk açıklığa kadar birçok konuda müthiş zor bir süreçti. Türkiye'de zaten yok ama bu sürecin dünyada da başka bir emsali olduğunu sanmıyoruz. Sermayedarımız Qatar National Bank'ın Türkiye'de iki bankası var artık."

TÜRKİYE DİJİTAL BANKACILIK LİDERİ ENPARA, AVRUPA İÇİN DE İLK 3'E GÖZ DİKTİ

2012 yılında QNB Türkiye bünyesinde faaliyete başlayan ve Ağustos-Eylül 2025 döneminde gerçekleşen kısmi bölünme işlemiyle QNB Türkiye'den ayrılarak yoluna bağımsız bir dijital banka olarak devam eden Enpara, dijital bankacılıkta açık ara liderliğe otururken, Türkiye'deki özel mevduat bankaları arasında da ilk 10 içinde yer aldı. Enpara Bank, 30 Eylül 2025 itibarıyla, bankaların 9 aylık solo finansal tablolarına göre, özel mevduat bankaları arasında toplam aktiflerde 10. sırada, bireysel kredilerde 7. sırada ve toplam müşteri mevduatında ise 8. sırada yer aldı.

Cumhur Türkmen

Enpara Bank Genel Müdürü Cumhur Türkmen, bankanın performansını ve gelecek hedeflerini şöyle ifade etti: "Devir işlemi sonrasında açıkladığımız ilk bilançoyla birlikte Türkiye'deki en büyük 10 özel mevduat bankası arasında yer aldığımızı görmekten büyük mutluluk duyuyoruz. Özellikle toplam bireysel kredilerde çok önemli şubeli bankaları geride bırakarak 7. sıraya oturmuş olmamızın dijital bankacılığın gücünü ve bizim de bu alandaki tartışmasız liderliğimizi göstermemiz açısından çok önemli olduğunu düşünüyoruz.

Önümüzdeki dönemde de müşterilerimize sunacağımız yeni hizmet ve ürünlerimizle büyüme ivmemizi artırmaya kararlıyız. Türkiye'deki liderliğimizin yanında Avrupa'nın önde gelen dijital bankaları arasında yer alıyor olmamız da bizim için ayrı bir gurur kaynağı. Yakın bir gelecekte toplam müşteri sayısı açısından Avrupa'daki ilk üç dijital banka arasında yer alacağımızı öngörüyoruz."

Finansal teknoloji üreticileri **ortak akılla hareket edip "TEK SES" olacak**

Sektördeki ihtiyaçları belirlemek ve üreticilerin regülasyon süreçlerinde ortak akılla hareket etmesini sağlamak amacıyla 2024'te kurulan TÜBİSAD Fintek Üreticileri Çalışma Grubu, aylık toplantılar kapsamında 7 Kasım'da SabancıDx'te toplandı.

TÜBİSAD Finansal Teknolojiler Üreticileri Çalışma Grubu üyeleri 7 Kasım 2025'te SabancıDx ve Bulutistan ev sahipliğinde İstanbul'da düzenlenen toplantıda bir araya geldi. PSM olarak davet edildiğimiz toplantıda, sektörün mevcut durumu yeni iş birlikleri ve teknoloji yatırımları konuları ele alındı.

Finansta dönüşümün yolu birlikte hareket etmekten geçiyor

Toplantı, TÜBİSAD Çalışma Grubu Eş Kaptanı Dr. Soner Canko'nun açılış konuşmasıyla başladı. Dr. Canko, Türkiye'de finansal teknoloji üreticilerinin tek ses olmasının önemine dikkat çekerek, sektörel dönüşümün güçlü bir ortak akılla mümkün olacağını şu sözlerle vurguladı.

"Finansal teknolojiler yalnızca bankacılık ve ödeme sistemlerini dönüştürmekle kalmıyor; ticaretten e-ticarete, sigortacılıktan sermaye piyasalarına kadar tüm sektörlerde dijitalleşmenin itici gücü oluyor. Bu dönüşümün merkezinde yer alan üretici şirketlerimizin başarı hikâyeleri, ülkemizin küresel rekabetteki konumunu güçlendiriyor."

Bulutistan'dan yapay zekâ ve bulut odaklı stratejik mesajlar

Ev sahibi Bulutistan'ın Genel Müdürü Gökhan Gençtürk de şirketiyle ilgili bilgiler paylaştı ve fintek ekosistemiyle her türlü iş birliğine açık olduklarını ifade etti.

Gençtürk'ün ardından söz alan Bulutistan Finansal Hizmetler İş Birimi Direktörü Hakan Şahin ise Türkiye'nin teknoloji altyapısında bulutun yükselen rolüne değindi. Şahin, Bulutistan'ın finans sektörü için geliştirdiği yeni nesil çözümleri, yapay zekâ yatırımlarını ve ölçeklenebilir platform yaklaşımlarını paylaşarak şu değerlendirmeyi yaptı:

"Türkiye'nin finansal teknoloji üretiminde bölgesel bir merkez olabilmesi için güçlü altyapı, ölçeklenebilir platformlar ve yapay zekâ ile güçlendirilmiş servisler kritik rol oynuyor."

Şahin, küresel rekabette geri kalmamak için ekosistemin daha sıkı bir iş birliği mekanizmasına ihtiyaç duyduğunu belirterek tüm paydaşları ortak çalışmaya davet etti.

Alt çalışma grupları güncel faaliyetlerini paylaştı

Etkinlikte yeni üyelerin kısa tanıtımlarının ardından, finansal teknoloji üreticilerinin aktif olarak yer aldığı alt çalışma grupları güncel faaliyetlerini aktardı.

Toplantıda ayrıca, TÜBİSAD tarafından hazırlanan Finansal Teknolojiler Üreticileri Çalışma Grubu Kataloğu paylaşıldı. Söz konusu kataloğun ekosistemde yeni iş birliklerini teşvik etmesi, ortaklıkların güçlenmesi ve sürdürülebilir büyümeye katkı sağlaması bekleniyor.

Dağıtık Liderlik Programı başlıyor

Toplantının bir diğer önemli gündem maddesi de Ibtech Ar-Ge Merkezi Müdürü ve Portföy Yöneticisi Dr. Metin Örnek tarafından sunulan, 2026 yılında başlayacak Dağıtık Liderlik Eğitim Programı oldu. Program, fintek şirketlerinin değişen iş modellerine uyum sağlayabilmesi ve çok paydaşlı liderlik yapılarının gelişmesi için önemli bir kaynak niteliği taşıyor

DEPREM BÖLGESİNDEKİ GENÇLERE FIRSAT EŞİTLİĞİ İÇİN TEKNOLOJİ DESTEĞİ

TÜBİSAD, deprem bölgesinde gençlerin teknolojiye erişimini artırmak ve eğitimde fırsat eşitliğini desteklemek amacıyla yürüttüğü Teknolojik Eğitim Konteyneri/Sınıfı (TEK/TES) projesi kapsamında çalışmalarını sürdürüyor. Projenin 27'nci sınıfı, Softtech'in desteğiyle Hatay'da hayata geçirildi. "İyilik bulaşıcıdır" motivasyonuyla TÜBİSAD tarafından başlatılan TEK/TES projesi, bölgede dijital kapsayıcılığı güçlendirmeyi hedefliyor.

İş Bankası'nın yapımını üstlendiği İş Bankası Defne Anadolu Lisesi bünyesinde hayata geçirilen sınıf, öğrencilere bilişim, kodlama ve yaratıcı teknoloji uygulamalarını deneyimleme fırsatı sunuyor. Softtech ise sınıfın teknoloji altyapısının kurulumu, bilgisayar ve uygulama ekipmanlarının temini ile eğitsel materyallerinin kazandırılmasını üstlendi.

Teknolojiyle donatılmış mobil veya sabit konumlandırılan sınıflar olan ve her biri 20 öğrenci kapasitesine sahip TEK ve TES'ler, öğrencilerin teknoloji eğitimlerinin yanı sıra farklı yaş gruplarının çeşitli bilişim, sosyal ve kültürel aktiviteleri, meslek edindirme kursları ve psikolojik destek sunarak "Dönüşümlü Eğitim Merkezi" olarak da kullanılıyor. Proje, Birleşmiş Milletler'in "Nitelikli Eğitim, Eşitsizliklerin Azaltılması, İnovasyon ve Amaçlar İçin Ortaklık ilkeleri" ve Türkiye'nin toplumsal kalkınma hedefleriyle de uyumlu ilerliyor.

TÜBİSAD: EKOSİSTEMİN YÜZDE 90'INI TEMSİL EDEN GÜÇLÜ YAPI

TÜBİSAD
BİLİŞİM SANAYİCİLERİ DERNEĞİ

1979 yılında kurulan TÜBİSAD (Bilişim Sanayicileri Derneği); hizmet, yazılım, donanım, bulut ve dijital altyapı sağlayıcıları gibi bilgi ve iletişim teknolojilerinin tüm alanlarında faaliyet gösteren üyeleriyle 1.2 trilyon TL olduğu tahmin edilen Türkiye BİT pazarının %90'ını temsil ediyor.

Sektörel ihtiyaçları belirlemek ve üreticileri regülasyon süreçlerinde desteklemek amacıyla Haziran 2024'te kurulan Fintek Üreticileri Çalışma Grubu, Türkiye'nin önde gelen finansal teknoloji üreticilerinden oluşan 65 üyesiyle sektörde ortak hareket etmeyi ve özellikle yasal düzenlemeler alanında üreticilerin ihtiyaçlarını etkili şekilde temsil etmeyi hedefliyor. Çalışma grubu düzenli olarak her ay toplanmaya devam ediyor. TÜBİSAD, finansal teknolojiler üreticilerin hem yurt içi hem de yurt dışı pazarlarda rekabet gücünü artırmayı hedefliyor. Böylece sektörün büyümesine katkı sunarken, Türkiye ekonomisine sağladığı değerin görünür olmasını sağlıyor.

Mastercard PSM Awards

2025'te büyük final 9 Aralık'ta

"Sinovasyon" temasıyla finans ve teknoloji dünyasında yenilikçi projeleri buluşturan Mastercard PSM Awards 2025'in kısa listesi açıklandı. 81 finalist proje, jüri üyelerinin titizlikle yaptığı değerlendirmelerin ardından büyük finale doğru ilerliyor. Kazananlar 9 Aralık'ta, İş Sanat Kültür Merkezi'ndeki ödül töreninde açıklanacak...

Finans ve teknoloji ekosisteminin en saygın inovasyon platformlarından biri olan Mastercard PSM Awards, bu yıl "sinovasyon" temasıyla sektörün ortak üretme, birlikte yenilik yapma ve güç birliğinden doğan yaratıcı çözümler üretme kapasitesini ortaya koydu. Sektörden gelen yüzlerce başvuru arasından 81 proje, uzman jüri tarafından finale kalmaya değer görüldü.

Projeler; yenilikçilik, uygulanabilirlik, sektör etkisi, geleceğe katkı ve iş birlikçi yaklaşım gibi çok boyutlu kriterlerle incelendi. Jüri üyeleri, finans dünyasının dönüşümünü hızlandıran teknolojik atılımları yakından gözlemleme fırsatı bulurken, aynı zamanda ekosistem genelinde öne çıkan yeni trendleri, yaratıcı iş modellerini ve farklılaşan yaklaşımları da mercek altına aldı.

9 Aralık'ta İş Sanat Kültür Merkezi'nde yapılacak törende, kısa listeye kalan projeler arasından kategori bazında en yüksek puanı alanlar Altın, Gümüş ve Bronz ödüllerine kavuşacak.

Ödül törenine hazırlanırken jüri üyelerimize iki soru yönelttik. Bu sayımızda jüri üyelerimizin yarışmanın temasına, değerlendirme sürecine ve ekosisteme dair görüşlerine geniş yer veriyoruz.

1. Sizce "sinovasyon" teması, sektörün geleceğini nasıl şekillendiriyor?

2. Bu yılki değerlendirme sürecinde sizi en çok etkileyen yenilikler ve eğilimler nelerdi? Mastercard PSM Awards şirketler için nasıl bir fırsat sunuyor?

İşte jürimizin yanıtları...

Celal Cündoğlu / Jüri Başkanı
Objects Consulting Kurucusu

"Mastercard PSM Awards, finans sektöründeki yeniliklerin vitrinidir"

Değer üretmek için yenilikçilik, yani yeni iş yapış şekilleri kurgulamak, yeni çözümler geliştirmek, yeni teknolojiler kullanmak gerekir. Bunun yanında ağ (network) etkisi ise çözümlerin değerini kaldıraçlar. Ağ etkisi, anlamlı iş birlikleri kurularak sağlanır. Bu iki olgu bir araya geldiğinde sinovasyon oluşur; iş birlikleri ve yenilikçilik sektörün değer üretiminin kalıcılığını sağlar. Değerlendirme sürecinde gözlemlediğim ve beni memnun eden gelişmeleri şu şekilde özetleyebilirim:

a) Başvuran şirket, proje ve sektör adedinde hem genişleme hem de derinleşme olması ülkemiz ödeme sistemleri sektörü DNA'sında mevcut olan yenilikçilik ve rekabet özelliklerinin ne kadar yerleşik ve diğer finans sektörlerini de etkiler olduğunu gösterdi. Şunu rahatlıkla söyleyebiliriz: Türk finans sektörü yenilikçidir ve Mastercard PSM Ödülleri de bunun güncel vitrinidir.

b) Bu yıl proje başvurularında yapay zekâ kullanımı ezici bir çoğunlukla kendini gösterdi. Bu durum her kategoride gözlendi. Şirketlerin gerek müşterilerine yeni ürün sunumu, gerek müşteri memnuniyeti mükemmelleştirme gerekse dijital dönüşüm gerek altyapı sunumunda yapay zekadan faydalanması çok sevindiriciydi.

c) Ödeme sistemleri yarışmasına finans sektörünün diğer alanlarından anlamlı başvurular bulundu. Sigorta, yatırım, e-dönüşüm, yemek kartı alanlarından katlanarak artan sayıda başvurular oldu. Bu gelişme sektörlerde yenilikçilik yolu ile rekabeti ateşlediği için sevindirici.

d) Sosyal sorumluluk alanında projelerin artması ve yapılan başvuruların yıllar içinde sağladıkları sürekli gelişim çok memnun ediciydi. Öyle ki jüri üyeleri bu konuda seçim yapmakta zorlandı.

Sektörün mühendisleri, ürün geliştiricileri, çözüm sağlayıcıları gerek gerçek iş problemlerini çözmek gerek yeni iş fırsatları yaratmak için sürekli çalışıyor. Ve bu çalışma, rakibin de benzer veya daha iyi kaynaklarla gayret gösterdiği bilinciyle yapılıyor. Mastercard PSM Ödülü ülkemizin yenilikçi ve rekabetçi finans sektörünün vitrinidir. Bir yıl boyunca odaklanarak geliştirilen çözümlerin nihayetinde Mastercard PSM Ödül platformunda yarışması elbette en doğal haktır. Bir projenin kürsüye çıkmasından daha değerli olan şey bir yılın alın terinin, yenilikçiliğinin ve sonuçlarının kâğıt üzerinde siyah beyaz bir şekilde kalıcılaştırılmış olmasıdır. Her başvuru geleceğe bir iz bırakma girişimidir.

Abdullah Çetin
PSM ve Akıllı Yaşam Yazı İşleri Müdürü

"Sektör yeni bir kavram kazandı"

İngilizcedeki "coopetition" kavramını Türkçeye "rekaberlik" olarak kazandıran değerli meslektaşım Ahmet Usta oldu. Yaygınlaşıp sektörde kabul görmesini sağlayan da hemen her ortamda bu kavramı dillendiren ödeme sistemleri duayeni Dr. Soner Canko...
Sevgili Tülin'in (Çakmak) icadı "sinovasyon" da tıpkı rekaberlik gibi "cuk" oturan bir kavram. Umarım benzer şekilde benimsenip yaygınlaşır.
Sinovasyonun en net tanımı ise Prof. Dr. Selim Yazıcı'dan geldi. İnovasyon yoluyla sinerji yaratmanın önemine dikkat çeken Selim Hoca'ya göre, hızlı değişim dönüşüm ortamında başarıya ulaşmak, rekabetten çok "ortak değer yaratmaya" dayalı bir inovasyon yaklaşımını gerektiriyor. Dolayısıyla sinovasyonu, finansal hizmetlerin geleceğini şekillendiren bir iş birliği mimarisi olarak nitelendiriyor.
Evet, saygı değer jüri arkadaşlarımın da vurguladığı üzere sinovasyonun izlerini, bu yıl değerlendirdiğimiz projelerin tamamına yakınında görmek mümkündü. Yapay zekâ son birkaç yıldır projelerin şekillenmesinde önemli rol oynuyordu ama içlerine ilk kez bu kadar net bir şekilde nüfuz etmeye başladığı dikkatimi çekti. Çok değil önümüzdeki birkaç yıl içinde çok daha ete kemiğe bürünmüş örneklerini görürsek şaşırmayalım.
Ev sahipliğini temsilen, Mastercard PSM Awards için başvuran tüm projeleri geliştiren sektör temsilcilerine, onları değerlendirmek için emek harcayan jüri üyesi arkadaşlarıma buradan teşekkür etmek istiyorum. Umarız sektördeki sinovasyon artarak devam eder.

Başak Vardar
Deloitte Türkiye CEO'su

"Yenilikçilik yeteneğini test etme fırsatı sunuyor"

Sinovasyon teması, finans sektöründe rekabet üstünlüğünün artık yalnızca teknoloji yatırımlarıyla değil, iş birliğine dayalı inovasyonla şekillendiğini gösteriyor. Müşterilerin hız, güven ve kişiselleştirilmiş deneyim beklentisi; bankalar, fintekler ve teknoloji sağlayıcılarını ortak değer yaratan iş modelleri geliştirmeye yönlendiriyor. Bu yüzden sinovasyonu sadece bir trend değil, sektörün dönüşümünü mümkün kılan zorunlu bir çalışma yaklaşımı olarak görüyorum. Sektörde entegre dijital hizmet modelleri ve çok işlevli süper uygulamalar olmak üzere iki stratejik yönelim öne çıkıyor. Bu yaklaşımlar, ekosistem oyuncularının geniş bir hizmet yelpazesi sunmasını ve müşterilerin günlük ihtiyaçlarını tek bir noktadan karşılamasını sağlıyor.
Bu yıl projelerde gözlemlediğim temel eğilimlerden biri, yapay zekâ kullanımı ve otomasyonun olgunlaşmasıydı. Bir diğeri de dijital kanalların yeniden tasarlandığı, süreçlerin sadeleştirildiği ve kullanıcı davranışlarını anlık analiz eden sistemlerin öne çıktığı müşteri deneyiminde hiper-kişiselleştirme.
Bu açıdan Mastercard PSM Awards'ın şirketlere yenilikçiliklerini test etme, sektörde konumlanma ve paydaşlarla etkileşim kurma fırsatı sunduğunu; sektörde inovasyon standartlarının yükselmesine katkı sağladığını düşünüyorum.

Ebru Dildar Edin
Yüzde 30 Kulübü Türkiye Yönetim Kurulu Üyesi

"Tek başına inovasyon değil, birlikte üretip birlikte büyüme"

Bu yılki değerlendirme sürecinde beni en çok etkileyen, inovasyonun artık yalnızca teknolojik bir yenilik değil; kurumların iş yapış biçimlerine, kültürlerine, iş birliklerine ve paydaş yönetimine yayılan daha bütünsel bir dönüşüm olarak karşımıza çıkmasıydı. Finalist projelere baktığımızda, yapay zekâ tabanlı çözümlerden veri analitiğine, ödeme teknolojilerinden güvenlik altyapılarına kadar geniş bir yelpazede güçlü çalışmalar görüyoruz. Ancak beni özellikle mutlu eden, geçmişte daha çok bankalar tarafından başlatılan birçok dijital dönüşüm alanının bugün finansın diğer segmentlerinde de benimsenmeye başlamasıydı. Fintekler, ödeme kuruluşları ve hatta finans dışı sektörlerle iş birliği yapan kurumların bu dönüşüme aktif şekilde dahil olmaları sektörün geleceği adına çok değerli bir işaret.

Bu yıl öne çıkan en belirgin eğilimlerden biri, kişiselleştirilmiş çözümlere güçlü yönelimdi. Kullanıcıların ihtiyaçlarını daha iyi anlayan, onların davranışlarına göre şekillenen hizmetlerin yaygınlaşması, müşteri deneyimini sektör genelinde ciddi şekilde yukarı taşıyor.

Bir diğer dikkat çeken unsur da ekosistem yaklaşımının güçlenmesi. Bazı finalistlerin birlikte değer yaratma motivasyonu, açık finans ve ortak platformlar üzerinden sundukları çözümler gerçekten ilham vericiydi. Bu projelerin ortaya koyduğu sinerji, sektörde artık "tek başına inovasyon" döneminin geride kaldığını; yerini "birlikte üretip birlikte büyüme"ye bıraktığını açıkça gösteriyor.

Finalistler üzerinden yaptığımız değerlendirmede şunu da net biçimde gördük: Sektörde bazı oyuncular projelerini, deneyimlerini ve öğrenimlerini büyük bir açıklıkla paylaşmaya çok istekli ve aktif. Bu sayede onları daha yakından tanıma, dönüşümlerinin arka planını anlama ve etkilerini görme fırsatı buluyoruz. Ancak ne yazık ki aynı derecede görünür olmayan veya bu paylaşım kültürüne henüz dahil olmayan kurumlar da var.

Mastercard PSM Awards'ın önümüzdeki yıllarda bu açıdan daha da yaygınlaşarak iyi deneyimlerin paylaşılmasını, öğrenilmesini ve sektöre yayılarak büyümesini sağlayan güçlü bir mecra haline geleceğini umuyorum. Bu yarışma, kolektif bir öğrenme kültürü oluşturmada önemli bir rol oynuyor.

Mehmet Sönmez
Kentbank Hırvatistan Yönetim Kurulu Başkanı

"Şampiyonlar ligine taşıyan pusula"

Sinovasyon teması, sektörün geleceğini "sürdürülebilirlik" açısından çok etkiliyor.

Sürdürülebilirlik, çevreye duyarlılık ve kurumsal yönetim ilkelerini pusula olarak içselleştiren finans ve teknoloji dünyasındaki kurumlar geleceğin tartışılmaz liderleri olacaktır.

Bu yılki değerlendirmelerde beni en çok etkileyen yenilikler, müşteriyi odak noktasına alarak müşteri memnuniyetiyle birlikte aynı anda verimliliği esas alan projeler oldu.

Ayrıca bu ekosistemin bir parçası olmak, şirketler için deyim yerindeyse "şampiyonlar ligi"nde algılanma fırsatı veriyor.

Nazan Somer Özelgin
MAPFRE Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı

"Büyük kurumsal yapılar ve startup iş birliğiyle gelen hız ve güven"

Sinovasyon teması, sektörün nereye evrildiğini çok iyi anlatıyor. Günümüzde hızla değişen müşteri ihtiyaçlarını kaynakları ve yetkinlikleri en iyi şekilde yöneterek karşılamanın yolu, rekabetten çok iş birliklerini odağa almaktan geçiyor. Ortak değer yaratmak ve bunu en hızlı şekilde pazara taşımak, müşteri odaklı yaklaşımların ön koşulu haline geldi diyebiliriz. Büyük kurumsal yapılar ile startup'ların iş birlikleri, hız ve güveni birlikte sunmayı sağlıyor.

Bu yıl değerlendirdiğimiz projelerin önemli bir kısmının klasik dijital ödeme çözümlerinden öte özellikle yapay zekâ, blokzinciri teknolojisi gibi alanların yoğun kullanımını içeren projeler olması dikkat çekiciydi. Bu projelerin çoğunun iş sonuçlarına olan etkileri gelecekte çok farklı iş modellerinin geçerli olacağını net olarak gösteriyor.

Mastercard PSM Awards çok prestijli bir platform. Her başvuru büyük emek içeriyor ve çok değerli. Ödül alsın almasın, başvuru yapan tüm şirketler inovasyon odaklı ve iş birliğine açık oldukları mesajını finans-teknoloji ekosistemine vermiş oluyor ve bu yolla kendi ekiplerinin de motivasyonunu yüksek tutmayı başarıyorlar.

Onur Faydacı
Mastercard Türkiye ve Azerbaycan Genel Müdürü

"İnovasyonu görünür kılıp ekosistem iş birliklerini destekliyor"

"Sinovasyon", inovasyonun sınırlarını zorlayan ve iş birliğini merkeze alan bir yaklaşım. Bu yılki başvurular, bu temanın sektörde üç kritik dönüşümü tetiklediğini gösteriyor:

- **Daha entegre ekosistemler:** Bankalar, fintekler ve teknoloji sağlayıcıları arasındaki iş birliği hızlanıyor ve kapsamı genişliyor.
- **Yapay zekâ entegrasyonu:** AI, bankacılık, sigorta ve ödeme sistemlerinde gerek müşteri deneyimi gerekse risk yönetimi ve operasyonel verimlilik için yoğun şekilde kullanılıyor.
- **Müşteri odaklı, sürdürülebilir büyüme:** Yenilikçilik, kullanıcı deneyimini merkeze alarak daha kişiselleştirilmiş ve güvenli ödeme çözümleri geliştiriyor. Dijitalleşme ve inovasyon hem ekonomik hem çevresel sürdürülebilirliği destekleyen modellerin önünü açıyor.

Bu temalar, Türkiye'nin finansal teknolojilerde bölgesel liderlik vizyonunu destekliyor. Başvurulara baktığımızda bu yıl öne çıkan eğilimler şu şekildeydi:

- Üretken yapay zekâ ve AI tabanlı çözümler
- Dijital dönüşüm ve müşteri deneyimi odaklı çözümler
- Kasiyersiz ve temassız ödeme teknolojileri
- Sürdürülebilirlik odaklı finansal çözümler

Bu ödül programı şirketlere iki önemli avantaj sağlıyor. İlki, inovasyonun görünürlüğü: Projeler sektörde tanınıyor, marka değeri artıyor. Ödül kazanan şirketler, sektörde öncü ve vizyoner olarak konumlanıyor.

Diğeri ise ekosistem iş birlikleri: Fintekler, bankalar ve teknoloji şirketleri arasında güçlü ortaklıklar doğuyor.

Pamir Karagöz
Türkiye Sermaye Piyasaları Birliği Başkanı

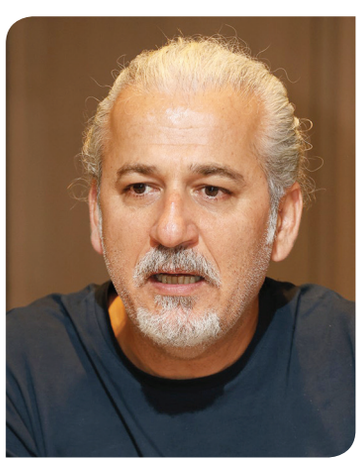
"Birlikte değer üretmeye yönelik stratejik bir dönüşüm"

Bence sinovasyon, finansı yalnızca ürün ve süreç geliştirmekten çıkarıp teknolojiyi toplumsal faydayla bütünleştiren çok daha bütüncül bir modele dönüştürüyor. Yapay zekâ, veri analitiği, dijital platformlar ve açık finans uygulamaları sayesinde müşterilerimizin ihtiyaçlarına çok daha hızlı, güvenli ve kişiselleştirilmiş çözümler sunabiliyoruz. Bu dönüşüm bizi daha çevik, daha kapsayıcı ve gerçekten müşteri merkezli iş modellerine yönlendiriyor. En önemlisi, kurumlar arası iş birliğini güçlendirerek değer yaratımını bireysel değil, ekosistem bazlı hale getiriyor. Bu açıdan sinovasyon, yalnızca teknolojik ilerlemeyi değil, birlikte değer üretme kültürünü derinleştiren stratejik bir dönüşümü temsil ediyor.

Bu yıl özellikle yapay zekâ ve veri analitiği temelli projelerin artışı, dijital dönüşüm ve altyapı modernizasyonuna yönelik yatırımlar, müşteri deneyimini yeniden tanımlayan yenilikçi uygulamalar ve farklı sektörleri buluşturan güçlü ekosistem iş birlikleri dikkatimi çekti. Bu eğilimler, sektörün artık yalnızca teknoloji geliştirmeye değil, güvenilirlik, erişilebilirlik ve toplumsal fayda yaratmaya da odaklandığını gösteriyor.
Mastercard PSM Awards ise şirketlere projelerini doğru platformda tanıtma, marka itibarını güçlendirme, yeni ortaklıklar geliştirme ve ekip motivasyonunu artırma açısından çok değerli fırsatlar sunuyor. Bu ekosisteme dahil olmak, kurumlara sadece ödül değil, güçlü bir görünürlük ve uzun vadeli bir rekabet avantajı sağlıyor.

Sefer Yüksel
BloombergHT TV Finansal Teknoloji Programı Yapımcı ve Sunucusu

"Yapay zekâ destekli çözümler, ürünlerin merkezine yerleşiyor"



Sektörün geleceğinde bankalar, fintekler, ödeme kuruluşları ve altyapı sağlayıcılar arasındaki ortak ürün geliştirme süreçlerinin artmasının beklendiği göz önüne alındığında, rekabetten ziyade birlikte değer yaratmanın öne çıkacağı bir dönem bizleri bekliyor. Sektör için, teknoloji üretiminin çevik hale geleceği, kullanıcı deneyiminin merkezde olacağı, daha kişiselleştirilmiş, güvenli ve kesintisiz ödeme deneyimlerinin hızlandığı bir gelecekten söz edebiliriz.
Öte yandan, regülasyon ve güvenlikte ortak standartların oluşacağının altını çizmek gerekiyor. Özetle sinovasyon teması, sektörü daha iş birlikçi, daha hızlı adapte olan ve kullanıcı odaklı bir geleceğe taşıyor.
Bu yıl dikkat çeken yenilik ve eğilimlerin başında yapay zekâ destekli çözümlerin artık ürünlerin merkezine yerleşmesi geliyor diyebiliriz.
Mastercard PSM Awards'ın şirketler için sağladığı fırsatlara gelince; ilk başta görünürlük ve güvenilirlik diyebiliriz. Yarışmanın, ekosistemde bankalar, fintekler ve teknoloji sağlayıcılarıyla temas kurmak için güçlü bir ağ etkisi yarattığı da kaçınılmaz bir gerçek. Başvuru ve değerlendirme sürecinin ekiplerin yenilikçiliğini teşvik ediyor olması, ödül almanın kurum içinde önemli bir moral kaynağı olması da yarışmanın şirketler için sağladığı faydalardan bazıları diyebiliriz. Kısacası Mastercard PSM Awards, hem yenilikleri takip etmek hem de sektörde konum güçlendirmek isteyen şirketler için önemli bir vitrin ve iş birliği platformu sunuyor.

Prof. Dr. Selim Yazıcı
İstanbul Üniversitesi Öğretim Üyesi ve FinTech İstanbul Kurucu Ortağı

"Ortak inovasyonun yeni adı: Sinovasyon"

2020 yılından beri PSM Awards jürisinde yer alıyorum. Sektördeki gelişmeleri yakından takip eden biri olarak, ödülün birçok şirket ve girişimci için ilham kaynağı olduğunu da düşünüyorum. Son 6 yılda jüri olarak değerlendirdiğimiz projelerin hem sayı ve hem de nitelik olarak gelişme gösterdiğini gözlemleyebiliyoruz. İnovasyon yoluyla sinerji yaratmak önemli bir konu. Günümüzde artık tek başına inovasyon yeterli değil; sınırların, sektörlerin ve kurumların bir araya gelerek ortak inovasyon üretmesi zorunlu hale geliyor. Bugün finansal hizmetler sektörü, yapay zekadan açık bankacılığa, dijital kimlikten tokenizasyona kadar çok katmanlı dönüşümlerin içinde. Bu dönüşümün başarıya ulaşması ise rekabetten çok "ortak değer yaratmaya" dayalı bir inovasyon yaklaşımını gerektiriyor. Dolayısıyla sinovasyon kavramını, finansal hizmetlerin geleceğini şekillendiren bir iş birliği mimarisi olarak değerlendirmek mümkün.

Bu yıl Mastercard PSM Awards'a başvuran yüzlerce projeyi değerlendirdik. Benim en çok dikkatimi çeken çözümler dijital kimlik, varlık yönetimi, POS çözümleri, KOBİ'lere yönelik çözümler, yapay zekâ ajanları, gömülü sigortacılık uygulamaları ve tarım alanındaki çözümler oldu.

Mastercard PSM Awards'a başvurmak şirketlere öncelikle sektörde görünürlük sağlıyor. Bu süreçte yer almanın şirketlere çoğu zaman kurumsal ve uluslararası iş birliklerinin kapısını açtığını gördük. Aynı zamanda şirket kültürünü, çalışan motivasyonunu ve yetenek yönetimini yansıttığından yeni yetenekleri kazanmak ve çalışan bağlılığını artırmak gibi bir etkisi de var. Ama bence en önemli nokta, stratejik yenilik yolculuğunun dışarıdan, bağımsız hakemler tarafından doğrulanmasının sağlanması. Bu durum, şirketin dönüşüm stratejisinin doğru yönde ilerlediğinin bağımsız bir teyidi olarak da değerlendirilebilir.

Dr. Soner Canko
SC Yönetim ve Danışmanlık Kurucusu

"Müşteri ihtiyaçları ve pazar dinamikleriyle bütünleşen teknoloji"

Mastercard PSM Awards 2025'in "sinovasyon" teması, finans ve teknoloji ekosisteminde iş birliğiyle üretilen yeniliğin önemini güçlü şekilde vurguluyor. Artık sektör sadece teknolojik dönüşümle değil, kurumların sinerji içinde geliştirdiği ortak çözümlerle şekilleniyor. Bu yaklaşım; müşteri deneyimini yeniden tanımlayan, ekosistemler arası etkileşimi artıran ve sürdürülebilir yenilikler oluşturan bir geleceğe işaret ediyor.

Bu yıl projelerde özellikle yapay zekâ tabanlı çözümler, müşteri deneyimini güçlendiren yaklaşımlar, altyapıda dijital dönüşüm ve güçlü iş birlikleri dikkat çekti. Şirketlerin sadece teknoloji üretmekle kalmayıp, bunu müşteri ihtiyaçları ve pazar dinamikleriyle birleştirmeleri dikkatimizi çekti.

Mastercard PSM Awards, finans sektöründeki tüm oyunculara; inovasyon kabiliyetlerini görünür kılma, sektör içinde prestij kazanma, yeni iş birlikleri geliştirme ve kurum içi inovasyon kültürünü güçlendirme açısından çok değerli fırsatlar sunuyor. Bu ekosistemin bir parçası olmak, sadece ödül kazanmak değil; geleceğin finans dünyasını birlikte şekillendiren yapının içinde yer almak anlamına geliyor.

Mastercard PSM Awards 2025 FİNALİSTLERİ

Şirket Adı	Proje Adı	Kategori
AgeSA	AI-based Recommender Engine	En İyi Tutundurma, Pazarlama Başarısı
Akbank	Akbank+ Kurum İçi Girişimcilik Programı	Kurum İçi İnovasyon
Akbank	Son Dakika Koltuğum	Sosyal Sorumluluk
Aktif Bank	PASSO Taraftar Kart – N Kolay Mobil Entegrasyonu ile Uzaktan Edinim Projesi	Yenilikçi Müşteri Etkileşimi ve Deneyimi
AktifTech	Sentetik veri üretimi ile yazılım kalite süreçlerinin düzenlenmesi	Kurum İçi İnovasyon
AlbarakaTech Global	AlbaSign - Yapay Zeka İmza Tespit ve Uyum Kontrolü	Ekosistem Geliştiren İş Birlikleri
Allianz Türkiye	Bir Kız Gelecek	Sosyal Sorumluluk
Anadolu Hayat Emeklilik	AHE - Pazarama Ekosistem Geliştiren İş Birlikleri	Ekosistem Geliştiren İş Birlikleri
Anadolu Sigorta	Kurtaran Araç	Sosyal Sorumluluk
Architecht	AIgent Suite	En İnovatif Ürün, Hizmet, Proje
BELBİM	İstanbulkart Hayatın Her Alanında Seninle!	Yılın Ekibi
Bereket Sigorta	Doktorum Benimle Acil Sağlık Sigortası	En İnovatif Ürün, Hizmet, Proje
Datassist	Kolay Avans	Ekosistem Geliştiren İş Birlikleri
Enqura	EnFinity Ekibi	Yılın Ekibi
Eureko Sigorta	EureKOBİ	En İyi Tutundurma, Pazarlama Başarısı
FaturamPara	FaturamPara Dijital İşletme	Yılın Teknoloji Sağlayıcısı
Fiba Sigorta	Yeni Nesil Gömülü Sigortacılık	Ekosistem Geliştiren İş Birlikleri
Figopara	FigoSkor Pro – Yapay Zekâ Destekli Ticari Risk Analizi ve Skorlama Platformu	Yılın Teknoloji Sağlayıcısı
Fingate	Kolay Avans	En İnovatif Ürün, Hizmet, Proje
Finmit Yazılım	Finmyth	Dijital Dönüşüm
Formica AI	Risk Orkestrasyon Platformu	Yılın Teknoloji Sağlayıcısı
Garanti BBVA Ödeme Sistemleri	S.M.A.R.T.	Yenilikçi Müşteri Etkileşimi ve Deneyimi
Garanti BBVA Ödeme Sistemleri	Yılların Aşkına	En İyi Tutundurma, Pazarlama Başarısı
Garanti Emeklilik	Ekim Meme Kanseri Farkındalık Ayı	Sosyal Sorumluluk
HangiKredi	HangiKredi Yatırım-Üretken Yapay Zeka Destekli Yatırım Analiz Platformu	Yenilikçi Müşteri Etkileşimi ve Deneyimi
HDI Fiba Emeklilik	Mobil Uygulama	Yenilikçi Müşteri Etkileşimi ve Deneyimi
Hesap	Hesap basit	Yılın Startup'ı
Hoppa	Hibrit AI Fraud Detection & Skor Kart Sistemi	Dijital Dönüşüm
HUGIN	S1 Android Yazarkasa POS	Yılın Teknoloji Sağlayıcısı
ING Türkiye	DBS Limit Aktifleştirme	Dijital Dönüşüm
inventiv	Parçalı Ödeme	Yenilikçi Müşteri Etkileşimi ve Deneyimi
iyzico	kolai	En İnovatif Ürün, Hizmet, Proje
Kivi Bilgi Sistemleri	Kivi SuperAPP	Ekosistem Geliştiren İş Birlikleri
Kuveyt Türk	Görüntü İşleme ile ATM Güvenliği ve Sürekli İzleme	En İnovatif Ürün, Hizmet, Proje
MAPFRE Türkiye	MAPFRE GO	Dijital Dönüşüm
MARS	Tap & Pay	En İnovatif Ürün, Hizmet, Proje
Moka United	Türkiye'nin İlk Ödeme MCP (Model Context Protocol) Sunucusu	Ekosistem Geliştiren İş Birlikleri
Moka United	Dijital Sosyal Yardım Sistemi	Dijital Dönüşüm
Multinet Up	LoComotive Ekibi	Yılın Ekibi
Mükellef	Robom	En İnovatif Ürün, Hizmet, Proje
Netmera	Veri Odaklı Akıllı Müşteri Yolculukları	Yenilikçi Müşteri Etkileşimi ve Deneyimi
Ödeal	Ödeal Ertesi Güne %0 Komisyonlu POS	Dijital Dönüşüm
Ödüyo	Ödüyo POS Rapor Çözümü	En İnovatif Ürün, Hizmet, Proje
Papel	Papel Yüz ile Ödeme	En İnovatif Ürün, Hizmet, Proje
Paratika	Tarım Gateway	Dijital Dönüşüm
PAVO	Indus	En İyi Altyapı
Paycell	Paycell x Trumore e-Cüzdan	Yenilikçi Müşteri Etkileşimi ve Deneyimi
PayNKolay	Sıra Dışı Ödeme	En İnovatif Ürün, Hizmet, Proje
PayTR	PayTR'laNormal	En İyi Tutundurma, Pazarlama Başarısı
Paywall	Masterpass 360° Entegrasyon	Ekosistem Geliştiren İş Birlikleri
Pazarama	Pazarama'da Harca BES'te Kazan	En İyi Tutundurma, Pazarlama Başarısı
PlusPay	Çok Kanallı Gateway Çözümü	En İnovatif Ürün, Hizmet, Proje
Pluxee	Yapay Zeka Destekli Müşteri Tutundurma Modeli	En İyi Tutundurma, Pazarlama Başarısı
QNB Bank	GSPara	Yenilikçi Müşteri Etkileşimi ve Deneyimi
QNB eSolutions	e-SKGB	Dijital Dönüşüm
QNB Invest	High Frequency Algo	Ekosistem Geliştiren İş Birlikleri
RAY Sigorta	Ray Connect Mobil Uygulama	Yenilikçi Müşteri Etkileşimi ve Deneyimi
Roof Stacks	Scan & Go	Yılın Startup'ı
Rubikpara	API2SoftPOS	En İnovatif Ürün, Hizmet, Proje
Rudiq	Dijital Varlık Yönetim Platformu	En İnovatif Ürün, Hizmet, Proje
Sigortaladım	InsureMyTesla	Ekosistem Geliştiren İş Birlikleri
Sipay	Jetgiller: Fintech Ekosisteminde Çoklu Marka Dönüşümü	Yılın Teknoloji Sağlayıcısı
Sipay & KentKart	KentKart & Sipay: MuğlaKart ile Yeni Nesil Ulaşım Ekosistemi	Ekosistem Geliştiren İş Birlikleri
smartIQ & Türkiye İş Bankası	Ekosistem Geliştiren İş Birlikleri	Otomotivde Platform Ekonomisi
Tam Finans	Tam Finans Mobil	Dijital Dönüşüm
Tami	Starbucks Mobil Uygulamasının Cüzdan Sağlayıcısı	Ekosistem Geliştiren İş Birlikleri
Teknolojide Kadın Derneği	Binance TR Teknolojide Kadın Akademisi	Sosyal Sorumluluk
Turkcell	Causal Inference System for Estimating the Effects of Customer Experience on Campaign Results	Dijital Dönüşüm
Türk Ekonomi Bankası	2.El Dijital Stok Finansmanı	Dijital Dönüşüm
Türkiye Emlak Katılım	Depozito Yönetimi Sisteminde Dijital Cüzdan	Sosyal Sorumluluk
Türkiye Halk Bankası	Bankacılıkta Yapay Zeka Uygulamaları	Dijital Dönüşüm
Türkiye İş Bankası	Yüz ile Ödeme	En İnovatif Ürün, Hizmet, Proje
Türkiye İş Bankası	Kredi360	Kurum İçi İnovasyon
Türkiye Sigorta	Yeni Nesil Sigortacılık Platformu Pusula Plus	Dijital Dönüşüm
UPT	Dünyayı Birleştiren Finansal Ağ	En İyi Altyapı
VakıfBank	NLP Tabanlı Akıllı Yanıt Otomasyonu	En İnovatif Ürün, Hizmet, Proje
VakıfBank	Gruplu Ödeme İsteği & Ödeme Paylaş Özellikleri	Yenilikçi Müşteri Etkileşimi ve Deneyimi
VOYA	Parçalı Sahiplik, Büyük Gelecek	Dijital Dönüşüm
Wagmi Tech	Wagmi Tech	Yılın Startup'ı
WBN Türkiye	Geleceğin Arıları	Sosyal Sorumluluk
Ziraat Bankası	Ziraat Süper Platform	Yenilikçi Müşteri Etkileşimi ve Deneyimi

Tülin ÇAKMAK

Bir fikrin küresel bir platforma dönüşme hikâyesi: B2Metric

Veriyi raporlamakla yetinmeyip onu akıllı ve otomatik aksiyonlara dönüştüren B2Metric, bu alanda Türkiye'de kendi teknolojisini geliştiren nadir girişimlerden biri olarak öne çıkıyor. B2Metric, dünya çapında da kendi otomatik makine öğrenmesi (AutoML) platformu olan sayılı girişimlerden biri. B2Metric Kurucu Ortağı ve CEO'su Murat Hacıoğlu, "Bu sayede, teknik olmayan ekiplerin bile geleceği tahminleyen modeller kurmasını sağlayarak yapay zekayı demokratikleştiriyoruz" diyor...

Murat Hacıoğlu
B2Metric Kurucu Ortağı ve CEO'su

Yapay zekâ destekli müşteri zekâsı bugün şirketlerin büyüme hızını belirleyen en kritik farklardan biri. Ancak veriyi anlamlandırmak, davranışları doğru okumak ve milyonlarca etkileşimi gerçek zamanlı bir aksiyona dönüştürmek hâlâ pek çok kurum için büyük bir meydan okuma. İşte tam bu noktada, yerli bir girişim olan B2Metric, geliştirdiği AutoML tabanlı altyapı ve davranışsal analitik yaklaşımıyla oyunun kurallarını yeniden yazıyor.
Girişimin doğuş hikâyesi ve kısa sürede üç kıtaya uzanan büyüme stratejisi dikkat çekiyor. Kurumsal deneyimden doğan bir problem tanımı, salgın döneminde yapılan kritik bir pivot, gerçek zamanlı müşteri zekâsına odaklanan net bir vizyon ve globalleşme kararlılığı...
B2Metric'in yükselişini mümkün kılan bu yapı taşlarını, ürünlerinin arkasındaki teknolojiyi ve geleceğe dair iddialı hedeflerini Murat Hacıoğlu'ndan dinliyoruz...

Sizi yakından tanıyabilir miyiz? Girişim yolculuğunuz nasıl başladı?
B2Metric'in kurucu ortağı ve CEO'suyum. Ekibimle birlikte markaların müşteri yolculuğunu yapay zekâ ve makine öğrenimiyle optimize eden bir davranışsal analitik platformu geliştiriyoruz. Amacımız, çok kanallı verilerden gerçek zamanlı öngörüler çıkararak tahminleme, retansiyon ve müşteri kaybını (churn) azaltma gibi kritik iş sonuçlarını iyileştirmek. Bu vizyonla CDP, Churn Prediction, CLTV ve AutoML Studio gibi modüllerle AI-Agent ChurnShield'i hayata geçirdik. İstanbul, Londra ve San Jose ofislerimizle kurumsal ölçekte büyümeyi destekliyoruz.
Girişim yolculuğum, ekiplerin kendi kendine yönetebildiği analitikle hızlı deney yapmasını, segmentasyonu ve kampanya optimizasyonunu kolaylaştıran, açıklanabilir yapay zekâ temelli bir ürün yaklaşımına dayanıyor.

B2Metric fikri nasıl doğdu?
B2Metric fikri, aslında kurumsal hayatta ortağım Tuna (Sönmez) ile birlikte edindiğimiz tecrübelerden doğdu. Temel motivasyonumuz, veri anlamlandırma süreçlerini, özellikle de yapay zekâ ve makine öğrenmesini herkesin kullanabileceği bir "ürüne" dönüştürme arzusuydu.
Çalıştığımız kurumlarda, şirketlerin ellerindeki devasa müşteri verilerini anlamlandırmakta, geleceğe yönelik doğru tahminler yapmakta ve bu süreçleri otomatikleştirmekte ne kadar zorlandığını yakından gördük. Bu işler genellikle danışmanlık hizmetleriyle, uzun süren, karmaşık ve yüksek maliyetli projelerle çözülmeye çalışılıyordu. Bizim vizyonumuz ise bu karmaşıklığı ortadan kaldırmaktı. Pazarlama ve veri ekiplerinin, teknik bilgiye boğulmadan, kendi başlarına kolayca kullanabilecekleri, yapay zekâ tabanlı ve tam otomatik bir platform (AutoML) yaratmayı hedefledik. Amacımız, şirketlerin müşteri kaybı gibi kritik sorunları önceden görmelerini, pazarlama kampanyalarını en verimli şekilde optimize etmelerini ve her müşteriye kişiselleştirilmiş deneyimler sunmalarını sağlayacak bir araç sunmaktı.

Girişimciliğin ilk yılları genellikle zorlu geçer. Sizin yolculuğunuzdaki kritik dönüm noktaları neler oldu?
Kovid 19 salgınında ürünümüzü pivot edip bir veri analizi platformu olarak piyasaya girdik. Bu da bizlerin CDP (müşteri veri platformu) olma yolculuğunu başlattı. Elbette pandemi bizlere fırsatlar kadar krizler de getirdi. O zaman piyasa, yeni çıkan veri temelli ürünlerle doluydu ve çıkış rekabeti oldukça yüksekti. Bu dönüm noktasında, veri bilgimiz ve büyüme yeteneğimizi ürüne doğru noktalarda pivot etmek çok kritikti.

OTOMATİK MAKİNE ÖĞRENMESİ AYRICALIĞI

B2Metric'i pazardaki benzer çözümlerden ayıran özellikler neler?
Beni en çok gururlandıran ve B2Metric'i pazardaki benzer çözümlerden ayıran en temel fark, veriyi sadece raporlayan değil, onu akıllı ve otomatik aksiyonlara dönüştüren bir platform olmamız. En büyük gücümüz, Türkiye'de kendi teknolojisini geliştiren iki firmadan biri olmamız. Dünya çapında da kendi otomatik makine öğrenmesi (AutoML) platformu olan sayılı girişimlerden biriyiz. Bu sayede, teknik olmayan ekiplerin bile geleceği tahminleyen modeller kurmasını sağlayarak yapay zekayı demokratikleştiriyoruz. IQ Analytics ile müşterinin geçmiş yolculuğunu analiz ederken, AutoML ile gelecekteki adımlarını öngören uçtan uca bir çözüm sunuyoruz. Bunun en somut örneği ise yeni ürünümüz Reco AI-Agent. Bu araç, basit bir öneri motoru olmanın ötesinde, her müşteri için doğru zamanda doğru teklifi ve aksiyonu belirleyen akıllı bir alışveriş asistanı gibi çalışıyor.
Kısacası en büyük gururum, bu denli karmaşık bir teknolojiyi müşterilerimiz için kolayca kullanılabilir ve somut sonuçlar üreten bir güce dönüştürmüş olmamız.

> *IQ Analytics ile müşterinin geçmiş yolculuğunu analiz ederken, AutoML ile gelecekteki adımlarını öngören uçtan uca bir çözüm sunuyoruz. Yeni ürünümüz Reco AI-Agent, her müşteri için doğru zamanda doğru teklifi ve aksiyonu belirleyen akıllı bir alışveriş asistanı gibi çalışıyor.*

KÜRESELLEŞME ROTASI: MENA, UZAK DOĞU, AMERİKA...

Pazarın büyüklüğü ve hedefleriniz hakkında neler söylersiniz? Önümüzdeki 3-5 yılda B2Metric'i nerelerde görebiliriz?

Davranışsal analitik ve AI/AutoML tabanlı müşteri zekâsı pazarının büyüklüğü; sigorta, bankacılık, otomotiv, telekom, perakende gibi dikeylerde hızla genişliyor. B2Metric'te ürünleşme stratejisiyle bu büyüyen pazarda ölçeklenmeye odaklandık. Salgın döneminde global açılım kararı bunun kritik dönüm noktasıydı.
Önümüzdeki 3-5 yılda B2Metric'i, çok kanallı müşteri verisini tek bir CDP üzerinde toplayıp gerçek zamanlı öngörüler ve aksiyonlar üreten; müşteri kaybı azaltma, CLTV [(Müşteri değeri / Müşteri terk oranı] x Kâr marjı) artırma ve kampanya optimizasyonunda referans platform haline gelmiş, Avrupa-MENA-Amerika'da kurumsal ölçekte yaygın kullanılan bir çözüm olarak konumlandırmak istiyorum

Müşteri portföyünüzde hangi sektörler ağırlıkta?

Yerel pazarda ve uluslararası portföyümüzde sigorta, bankacılık, otomotiv, telekom ve perakende öne çıkıyor. Müşteri yolculuğu analitiğini bu dikeylerde derinleştirdik. Yerel pazarda hızlı entegrasyon ve değer kanıtı (time-to-value) kritik. Uluslararasında ise ürünleşme, entegrasyon standartları ve kurumsal satış döngülerinin yönetimi öne çıkıyor. Bu noktada MENA (Orta Doğu ve Kuzey Afrika) bölgesinden büyümeye çalışıyoruz. Sonrasında Uzak Doğu Asya'ya yöneldiğimiz bir sürecin de içerisindeyiz. Amerika'ya girmek de önümüzdeki süreçlerden biri. Ancak derinleşerek gitmeye önem verdiğimiz için MENA ve Uzak Doğu Asya öncelikli pazarlarımız.

Yatırım alma, ortaklık fikrine nasıl bakıyorsunuz? Bu konuda çalışmalarınız oldu mu?

Evet, B2Metric için yatırım süreçleri yürüttük ve 1.7 milyon dolarlık turu kapattık. Bu turda birden fazla yatırımcı yer aldı. Bu sermayeyi ürünleşmeyi hızlandırmak, ABD'de Alchemist Hızlandırma Programı ile kurumsal satış ve entegrasyon kaslarımızı güçlendirmek, uluslararası pazarda müşteri kaybı ve tahmin problemine odaklanan referans platform konumunu pekiştirmek için kullanıyoruz.

Kuruluş sürecinde sizi en çok zorlayan engeller nelerdi, nasıl üstesinden geldiniz?

Kurucu süreçte üç ana zorlukla karşılaştık. İlk olarak "hizmet–danışmanlık"tan ürüne geçişte odak ve kapsam yönetimi zorlayıcıydı. Bunu modüler bir mimariyle çözdük. CDP, Churn Prediction, CLTV, AutoML Studio ve sonrasında AI-Agent ChurnShield'i birbirini besleyen parçalara dönüştürdük.
İkincisi, entegrasyon ve veri standardizasyonu farklı kaynaklardan akan müşteri verisini tek yerde birleştirmek için "tak-çalıştır" entegrasyonlar ve açıklanabilir yapay zekâ zeminini kurduk.
Üçüncüsü, satış döngülerinin uzunluğu ve güven inşası... Burada yerelde hızlı değer kanıtı (time-to-value) odaklı POC'ler, uluslararasında ise yatırım ve hızlandırıcı program desteğiyle kurumsal referanslar oluşturduk.
Kritik dönüm noktaları bu engelleri aşmamızda belirleyici oldu: Workup sonrası net ürünleşme kararı, salgında global açılım stratejisi ve Amerika odaklı hızlandırma programlarıyla kurumsal satış/entegrasyon kaslarının güçlenmesi.
Yatırım turları da GTM hızını artırıp ekipleri ölçeklememizi sağladı. Hedefimiz, farklı pazarlarda müşteri kaybını azaltma ve gerçek zamanlı aksiyon üretmede referans platform konumunu pekiştirmek.

SİNOVASYON = Sinerji + İnovasyon

Finansın geleceğine yön verenler bu sahnede buluşuyor!

Ödül Töreni

9 Aralık 2025 | 10:00 – 13:30

İş Sanat Kültür Merkezi, Levent İstanbul

PSM AWARDS

ALTIN SPONSORLAR

QNB

dgpays

SAHNENİN YILDIZI

Moka United

ÖDÜL SPONSORLARI

AUSTRIACARD HOLDINGS

HUGIN

DESTEKLEYEN KURULUŞLAR

ARCHITECHT

INSPIRA7

paratika

smartIQ

tami

HEDİYE SPONSORU

pazarama

psmawards.com

#sinovasyon

Yapay zekâ çağının yeni insan kaynağı gerçekleri

Özlem Şahinoğlu
MNG Faktoring İnsan Kaynakları ve İdari İşler Koordinatörü

Finans ve fintek sektörlerinde son birkaç yıldır yaşanan dönüşüm, belki de sektörün son 30 yılda gördüğü en büyük kırılma. Daha birkaç yıl önce "ileride hayatımızı değiştirecek" dediğimiz yapay zekâ (AI) teknolojileri bugün bankaların ve diğer finansal kuruluşların risk analizinden müşteri iletişimine, operasyon birimlerinden pazarlamaya kadar neredeyse her noktaya sızmış durumda. Bu teknolojik dönüşüm sadece süreçleri değil, kurumların insana dair tüm beklentilerini de baştan sona yeniden tanımlıyor. Artık bir yetenek tarifi yaparken eski kalıpların pek bir anlamı kalmadı; çünkü karşımızdaki dünya bambaşka çalışıyor.

Yapay zekâ testlerine hazır mısınız?

Bugün finans dünyasında çalışan insanların taşıması gereken temel özellik aslında tek bir cümlede özetlenebilir: "Yapay zekâya rağmen değil, yapay zekâyla birlikte değer üreten insan profili."

Eskiden bir analistin güçlü Excel kullanımı, teknik bilginin derinliği ve iş modeline hâkimiyeti yeterliydi. Bugün bunlar hâlâ değerli ama artık başlangıç noktası bile değil. Artık veri okuryazarlığı, hızlı öğrenme kapasitesi, yapay zekânın sınırlarını bilme, doğru soruları sorabilme ve otomasyon araçlarını kullanabilme neredeyse her rolün omurgasına yerleşmiş durumda.

Bunun yanında insana özgü yönler -özellikle etik muhakeme, yaratıcılık, sezgi, empati ve liderlik- çok daha kritik hale geliyor. Çünkü makineler hızlanırken bizi farklı kılan şeyin ne olduğu daha görünür hale geliyor. Yeni nesil çalışanı bulmak ise eskiye göre daha zor. CV'lere yazılan "Yapay zekâ araçlarını biliyorum" cümlesi hiçbir şey ifade etmiyor. Artık şirketlerin adayları gerçekten denemesi, küçük vaka çalışmalarıyla sınaması, öğrenme hızlarını görmesi gerekiyor. Dünyanın önde gelen kurumları, artık teknik olmayan roller için bile mini AI testleri uyguluyor. Revolut, Monzo, Citi ya da Google'ın işe alım süreçlerinde gördüğümüz o küçük senaryo bazlı testler boşuna değil; çünkü masa başındaki bilginin doğruluğu ancak pratikle ölçülüyor.

Bir diğer konu da adaptasyon. Bu yeni dünyada çalışanların öğrenme motivasyonu, belki de tüm yetkinliklerin önüne geçti. Yıl boyunca hiç yeni bir araç öğrenmeyen, yapay zekâyla işini hızlandırmayı denemeyen, değişime sadece "geldiğinde" ayak uydurmaya çalışan profiller artık sürdürülebilir değil. Kurumlar da doğal olarak bunu ölçmeye çalışıyor: Son bir yıl içinde hangi eğitimleri almış? Kendi işinde bir otomasyon geliştirmiş mi? Süreci hızlandırmak için canlı bir örnek sunabiliyor mu? Bunlar artık insan kaynaklarının bakış açısını belirleyen yeni sorular.

Mentor ekipleri, yapay zekâ koçları

Peki mevcut çalışanlarımızı bu yeni dünya için nasıl hazırlayacağız? Açık konuşmak gerekirse birçok kurumun ilk yaptığı, herkesi topluca bir yapay zekâ eğitimine sokmak oluyor. Ancak bu yaklaşım hem motivasyonu düşürüyor hem de işlevsiz kalıyor. Yapılması gereken, daha bütüncül bir model tasarlamak. Her departmanın yapay zekâya ihtiyaç duyduğu alanlar farklı. Risk ekibinin ihtiyaç duyduğu araç ile pazarlamanın işine yarayan araç tamamen ayrı. Bu yüzden eğitimler zorunlu değil, rol bazlı olmalı. Şirket içinde bir yapay zekâ mentorluk ekibi kurmak, çalışanların günlük işlerinde hangi araçları nasıl kullanabileceğini anlatan koçlar görevlendirmek, dönüşümü çok daha doğal hale getiriyor. Dünyanın birçok bankası bu tür ekipleri çoktan oluşturdu bile.

Yardımcı mı yoksa ikame bir araç mı?

Elbette burada "yapay zekâ çalışanları tembelleştiriyor mu" sorusu sık sık karşımıza çıkıyor. İşin doğrusu, doğru kültürde kullanılmazsa gerçekten böyle bir risk var. Bir analiz aracının her şeyi bizim yerimize düşünmesini isterseniz bir süre sonra derinlemesine analiz yapma kaslarınız zayıflar. Karar verme beceriniz yumuşar. Kritik düşünme yeteneğiniz körelir. Bu risk gerçek.

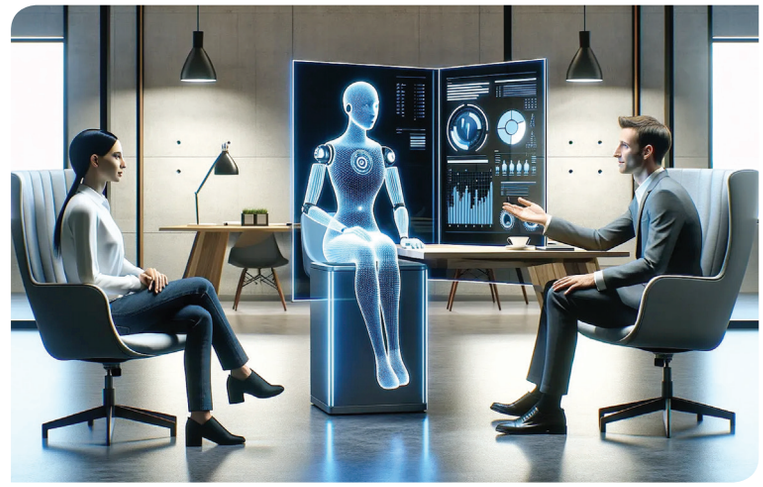
Finans sektöründe "yapay zekâya rağmen değil, yapay zekâyla birlikte değer üreten" insan profili öne çıkıyor... Dünyanın önde gelen kurumları, artık teknik olmayan roller için bile mini yapay zekâ testleri uyguluyor... Yapay zekâ düşünenler için bir hızlandırıcı; düşünmeyi bırakanlar içinse tehdit...

Öte yandan, yapay zekânın iş yükünü azaltması, çalışanları daha üst seviyeli kararlar almaya, daha stratejik konulara odaklanmaya yönlendirebilir de. Yani sonuç tamamen kurum içindeki yönetim anlayışına bağlı. Yapay zekâyı iş kolaylaştırıcı bir yardımcı olarak mı görüyoruz, yoksa çalışanın yerine geçecek bir araç olarak mı? İşte farkı yaratan tam olarak bu.

Finans sektörünün dönüşümü yakalayamazsa karşılaşacağı riskler ise çok daha somut. Bugün AI-native olarak doğmuş fintek şirketleri, aynı işlemleri geleneksel bir bankaya göre yüzde 30–40 daha düşük maliyetle yapabiliyor. Kredi, yatırım ve dolandırıcılık modellerinde daha doğru hesap yapıyorlar. Müşteri deneyiminde hızları çok daha yüksek. Eğer geleneksel finans oyuncuları bu değişimi zamanında kavrayamazsa rekabet avantajlarını kaybetmeleri kaçınılmaz. Bunun yanında regülasyon tarafında otomasyonsuz bir yapı ciddi riskler oluşturuyor. AML, KYC, fraud gibi kritik süreçlerde manuel çalışan organizasyonların uyum sorunları büyüyor, bu da cezalara ve itibar kaybına kadar uzanabilen sonuçlar doğurabiliyor.

Öte yandan doğru adımları atan kurumlar için fırsatların büyüklüğü de tartışılmaz. Yapay zekâyı sadece bir verimlilik aracı gibi değil, iş modelinin merkezine yerleştiren şirketler çok daha hızlı büyüyor. Daha iyi risk hesaplıyorlar, daha hızlı ürün çıkabiliyorlar, daha doğru kişiselleştirme yapıyorlar. Aslında işin özü şu: Teknoloji artık rekabet avantajı değil. Rekabet avantajı, teknolojiyi kullanan insanın kalitesi.

Burada insan kaynakları yöneticilerine büyük bir görev düşüyor. Artık iş tanımlarını yeniden yazmak, rol bazlı yapay zekâ yetkinlik haritaları oluşturmak, performans sistemlerini yeniden tasarlamak, çalışanlara AI destekli öğrenme yolları açmak gerekiyor. Hatta birçok kurum artık AI yönetişim ekipleri, prompt mühendisliği takımları, AI etik danışmanlık birimleri kuruyor. Bunlar birkaç yıl önce hayal bile edilemeyecek rollerdi ama bugün finans sektörünün vazgeçilmez bir parçasına dönüşmüş durumda.



Yarış makinelerle değil, yine insanlar arasında

Son olarak, çalışanlara birkaç samimi öneri vermek isterim. Yapay zekânın yükselişi, insanlar ile makineler arasında gizli bir rekabet yaratmış gibi görünebilir. Fakat bir yöneticinin gözünden baktığımda savaşın aslında "makine ile insan arasında" değil, "öğrenen insan ile öğrenmeyi bırakan insan arasında" olduğunu söyleyebilirim. İşinizi yapay zekâdan korumaya çalışmak yerine, yapay zekâyı işinizi büyüten bir arkadaş gibi görün. Her ay en az bir yeni araç öğrenin. Prompt yazmayı mutlaka öğrenin. Her işinizde "bu kısmı yapay zekâ ile hızlandırabilir miyim" diye sorun. Ve en önemlisi, karar verme kaslarınızı kaybetmeyin; yapay zekâdan fikir alın ama kararın sahibi her zaman siz olun.

Çünkü şunu biliyoruz, yapay zekâ düşünenler için bir hızlandırıcı; düşünmeyi bırakanlar içinse tehdit. İnsan odaklı, öğrenmeye açık herkes için bu dönem aslında büyük bir fırsata dönüştürülebilir. Ve dönüşümü zamanında yakalayan finans kurumları, önümüzdeki 10 yılın kazananları olacak.

Gözde Sayın
Interpay
Genel Müdürü

"Gerçek liderlik; yeni seslere, farklı bakış açılarına yer açabilmektir"

Gözde Sayın ile sohbetimizden yansıyan bu satırları okurken, satışla başlayan bir kariyerin nasıl insan odaklı liderliğe dönüştüğünü sanırım sizler de fark edeceksiniz. Sayın, ödeme sistemleri sektörünün dinamizmini yalnızca işin "hızıyla" değil, insanı merkeze alan yaklaşımıyla yorumlayan bir lider.
Konfor alanından çıkmanın, genç yaşta büyük bir sorumluluğun altına girmenin ve değişimin içinde sakin kalabilmenin nasıl bir yolculuk olduğunu büyük bir samimiyetle anlatıyor. Ona göre bu sektörün en büyük gerçeği değişimse, liderliğin en büyük gerçeği de insanın değerini anlamak.
Kadın liderlerin sezgisel gücüyle stratejik düşünceyi birleştirmesinin sektörün dilini nasıl değiştirdiğini, genç kadınlara neden "bilgiyle güçlenin" dediğini ve "gerçek etkinin başkalarına yer açabilmek" ile başladığını konuştuğumuz bir röportaj oldu. Ödeme sistemleri gibi zorlu bir dünyada fark yaratmanın, teknik başarıdan çok yaklaşımın kendisi olduğunu yeniden hatırlatan bir sohbet...

Tülin Çakmak
tcakmak@psmmag.com

Zirve Sohbetleri

Sizi daha yakından tanıyabilir miyiz? Kariyer öykünüzü bizimle paylaşır mısınız?
İstanbul'da doğdum. Sevgi dolu, dört kişilik bir çekirdek ailede büyüdüm. Ailemin her bir bireyinden farklı değerler aldım; paylaşmayı, üretmeyi ve mücadele etmeyi o yıllarda öğrendim. Ailemden aldığım değerler, zamanla sadece hayat görüşümü değil, iş yapış biçimimi de şekillendirdi.
Kariyerime Boyner Holding bünyesinde tekstil sektöründe başladım. Sonrasında hızlı tüketim sektöründe görev aldım. Bu dönem, satış disiplini ve müşteri dinamiklerini yakından tanımamı sağladı.
Sonrasında yolum teknoloji ve ödeme sistemleriyle kesişti. PAX Türkiye'de muhasebe müdürü olarak görev yaptığım dönemde, sektörü sahadan stratejiye uzanan geniş bir perspektiften gözlemleme fırsatı buldum. Bu deneyim, beni Interpay Teknoloji'ye taşıyan en önemli basamaklardan biri oldu.
Şimdi Interpay Genel Müdürü olarak, satışla başlayan bu yolculuğumu liderlik, strateji ve ekip gelişimiyle sürdürüyorum. İnsan odaklı liderlik anlayışıyla, Interpay'in sağlam bir temelde büyüyen, etkisi kalıcı bir yapı olmasını önceliklendiriyorum.

Kariyerinizde unutamadığınız bir dönüm noktası var mı? Bu deneyim size neler öğretti?
Görece genç yaşta böyle bir sorumluluk almak hem profesyonel hem de kişisel açıdan gelişimime büyük katkı sağladı. Farklı karakterleri ve hedefleri bir arada yönetmek, şirketin geleceğine yön verecek kararları almak büyük bir denge gerektiriyor. Bu süreç bana sakin kalmayı, empati kurmayı ve büyük resmi görmeyi öğretiyor.

Interpay'in 2025 yılı hedeflerini sizden öğrenebilir miyiz?
2025 bizim için dönüşüm yılı oldu. Interpay olarak süreçlerimizi, ekip yapımızı ve iş modelimizi yeniden şekillendirdik.
Yaklaşık 1.5 yıl Worldline ile birlikte büyük bir emek vererek geliştirdiğimiz PAX A910SF Android Yazarkasa POS cihazımızı Mayıs 2025 itibarıyla mükelleflerle buluşturduk. Kısa sürede hem performansı hem de kullanıcı deneyimiyle çok olumlu geri dönüşler aldık.
Farklı satış kanalları oluşturarak gerek cihaz pazarlaması gerekse satış adetlerinde hedeflerimize adım adım yaklaşıyoruz. Yılın kalanında odağımız, bu ivmeyi koruyarak yeni iş birlikleriyle büyümeyi sürdürmek. Hedeflerimiz doğrultusunda planladığımız adımların sahada karşılık bulduğunu görmek, bizim için en net ilerleme göstergesi.

Ödeme dünyası sürekli değişip dönüşüyor. Bu dinamik yapı içinde çalışmak sizi nasıl motive ediyor?
Ödeme sistemleri sektörü dışarıdan hızlı ve dinamik görünse de içeride regülasyonlar, operasyonel sınırlar ve sürekli değişen kurallar arasında ilerlemeniz gerekiyor. Bu değişken yapı zaman zaman zorlayıcı oluyor. Ancak tam da bu tempo beni motive ediyor. Çünkü her gün yeni bir durum, yeni bir ihtiyaç ve yeni bir çözüm fırsatıyla karşılaşmak işimi daha anlamlı kılıyor. Rutin bir yapı bana göre değil; değişim beni yormak yerine canlı tutuyor.
Bu sektör, sürekli öğrenmeyi, hızlı düşünmeyi ve doğru adımı zamanında atmayı öğretiyor. Çünkü değişim sadece sektörün değil, liderliğin de doğasında var.

Türkiye'de finansal teknoloji ekosisteminin gelişimini nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu değişim içinde kadınların etkisi ve katkısı hakkında neler söylemek istersiniz?
Türkiye'de fintek ekosistemi son yıllarda ciddi bir olgunlaşma sürecinden geçti. Regülasyonlar netleşti, altyapılar güçlendi, yatırımcı ilgisi arttı. Artık fark yaratan, teknolojiyi sahada nasıl konumlandırdığınız ve kullanıcıyla nasıl ilişki kurduğunuz.
Bu dönüşümün içinde yer alan bir kadın lider olarak, farkın yalnızca teknik beceride değil yaklaşımda gizli olduğuna inanıyorum. Kadın liderlerin sektöre

getirdiği en büyük değer, empatiyle stratejiyi, analitik düşünceyle sezgiyi birleştirme becerisi. Bu da hizmetin dilini değiştiriyor; daha sade, samimi ve kullanıcıya dokunan çözümler ortaya çıkıyor.
Benim için bu dönüşümün bir parçası olmak hem motive edici hem de sorumluluk gerektiren bir yolculuk. Çünkü kadın liderlik, sadece kendi başarını değil, senden sonra gelecek kadınlara açtığın yolu da kapsıyor.

Kendi alanınızda sizi en çok etkileyen vizyoner kadın lider kim oldu?

Beni en çok etkileyen kadın liderler, gücünü göstermek yerine paylaşabilen, çevresine güven veren kişiler oldu. Onlar bana yöneticiliğin yalnızca karar almak değil, insanla birlikte yürümek olduğunu öğretti.
İlk yöneticim de bir kadındı. Ondan sadece işi değil, insanla çalışmanın değerini öğrendim. Bugün hâlâ onun bıraktığı izler liderlik anlayışımda etkisini gösteriyor.

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

Finans ve teknoloji geneldi erkek egemen alanlar gibi görülse de ben bunu hiçbir zaman bir mücadele konusu olarak görmedim. Masadaysam, orada olmamın nedeni cinsiyetim değil, ortaya koyduğum değerdir. Bu sektör bilgiye, güvene ve sonuca bakar; fark yaratan her zaman ürettiğiniz değerdir.
Genç kadınlara da hep şunu söylüyorum: "Kadın olarak değil, işini iyi yapan biri olarak fark yaratın." Kendinizi teknik bilgiyle güçlendirin, sürecin dışında kalmayın. Bilginiz sizi özgür kılar; ne yaptığınızı bilmek sizi iyi yapar, neden yaptığınızı anlamak ise sizi fark edilir kılar."

Sosyal sorumluluk projelerinde yer alıyor musunuz?

Sosyal sorumluluğu bir zorunluluk değil, insan olmanın doğal bir gereği olarak görüyorum. Bu bilinçle uzun süredir UCİM (Uluslararası Çocuk İstismarı ile Mücadele) Derneği üyesiyim. Çocukların güvenli bir dünyada büyümesi ve istismar konusundaki farkındalığın artması benim için çok değerli. Çünkü geleceğe güvenle bakan bir toplum, çocukların sesinin duyulduğu bir toplumla mümkün.
Bazen aktif bir çalışma, bazen sadece ses çıkarmak bile fark yaratabiliyor. Ben de kendi çevremde bu konuda bilinç oluşturmayı, konuşulmayanı konuşulur hale getirmeyi önemsiyorum.
Bu tür çalışmalar bana, bir lider olarak yaptığımız işlerin ötesinde, toplumun geleceğine karşı da sorumluluğumuz olduğunu hatırlatıyor. Gerçek etki, bazen bir karar almakla değil; bir farkındalık yaratmakla başlıyor.

Gelecek planlarınız, liderlik yolculuğunuz için bir sonraki vizyonunuz nedir?

Benim için liderlik bir koltuk değil; etkisini ölçebildiğin bir sorumluluk alanı. Bugün odağım, sadece büyüyen değil, birlikte büyüyen bir yapı kurmak. Interpay'de hedefim, işin sürdürülebilirliğini sağlarken ekiplerin de kendi potansiyellerini ortaya koyabileceği bir düzen kurmak.
Geleceğe dair vizyonum ise sektörde dönüşüm yaratan modeller geliştirmek ve teknolojiyi sadece süreçlerde değil, insanın gelişiminde de bir araç haline getirmek. Gerçek liderlik bence kendi yerini korumak değil; yeni seslere, farklı bakış açılarına yer açabilmekle mümkün.

İş dışında özel ilgili alanlarınız hobileriniz ya da sizi dinlendiren aktiviteler neler?

Plan yapmayı seven ama spontane anları da kaçırmayan biriyim; hep hareket halindeyim. Dengeyi ise doğada buluyorum. Bitkilerle ilgilenmek, toprağa dokunmak bana iyi geliyor. Uzun bir yürüyüş bazen her şeyi sıfırlayabiliyor.
Yaklaşık yedi yıldır veganım. Bu benim için sadece bir beslenme biçimi değil, hayatın her alanında daha bilinçli yaşamanın bir yolu. Tükettiğim her şeyin ardındaki emeği ve etkisini düşünmek hem doğaya hem her canlıya hem de kendime daha saygılı olmamı sağlıyor.
Seyahat etmek, farklı kültürleri ve insanların doğayla kurduğu ilişkiyi gözlemlemek bana ilham veriyor.

Son söz, eklemek istedikleriniz...

Bu köşede yer almak benim için çok değerli, teşekkür ederim.
Ödeme sistemleri sektörü insana sabrı, stratejiyi ve dayanıklılığı öğretiyor.
Her gün öğrenmeye, gelişmeye ve bildiklerimi paylaşmaya devam ediyorum.
Aslında işin özü hep aynı: Ne yaparsan yap, yaptığın şeye değer kat.

W-SPARK

YARIN İÇİN PARLIYORUZ: IŞIĞINI YANSITANLAR

BAŞARISIYLA PARILDAYAN KADINLAR ÖDÜLLERİ

Işığını görünür kılma zamanı
2026'nın parlayan yıldızları için kapılar açılıyor...

Başvuru Tarihleri
1 Ocak - 28 Şubat 2026

Ayrıntılı Bilgi ve Başvuru İçin:
wspark.com.tr | psm@psmmag.com
*Bir **PSM** Dergisi yarışmasıdır.*

W-SPARK

Avrupa'da ödemeler için yeni dönem: SEPA Instant ve VoP

Cem Güler
Denizbank AG PMO Yöneticisi

Türkiye'nin bankacılık ürün ve hizmetlerinin kalitesi ve çeşitliliği açısından Avrupa'da hatta dünyada bile ön sıralarda yer aldığı, artık hemen herkesin kabul ettiği bir gerçek. Çok küçük bir örnek vermek gerekirse, Avrupa'da ATM'lerin genel hizmeti neredeyse sadece bakiye görüntüleme ve para çekme üzerinedir. Bakın, "para yatırma" bile demedim. Çünkü sadece kendi bankanızın ATM'lerinden para yatırma işlemi yapabilirsiniz. Altın, borsa işlemlerinden tutun da kredi çekmeye kadar neredeyse tüm bankacılık ürün ve hizmetleri yelpazesine uzanan ATM'lerimize alışkın biri için bu durumu açıklamak oldukça zor olsa gerek.

FAST sisteminin Avrupa versiyonu

Benzer bir durum ödeme sistemlerinde de karşımıza çıkıyor. Ülkemizde banka mesai saatleri içinde yapılabilen EFT sisteminin 7/24 çalışır hale gelmesi, FAST adı altında 2021 yılında gerçekleşmişti. Avrupa Birliği ise ödemelerde "güncel teknolojinin gerisinde kalma" riskini ancak Mart 2024'te kabul edilen Regulation (EU) 2024/886, yani Instant Payments Regulation (IPR) ile bertaraf etmeye başladı.

Bu regülasyonun getirisi olarak, bizdeki EFT sistemine karşılık gelen ve SEPA (Single Euro Payments Area) ödeme altyapısında bulunan SCT (SEPA Credit Transfer) sistemine ek olarak SEPA Instant ödeme altyapısına geçme kararı alındı.

Anında ve 7/24 çalışacak bu ödeme yöntemiyle transfer süreci 10 saniye içerisinde tamamlanarak paranın karşı tarafa geçmesi sağlanıyor. "Yenilik bunun neresinde" dediğinizi duyar gibiyim. Ama dedik ya, biz biraz ilerideyiz. İşte bu, 2021 yılında başlattığımız FAST sisteminin Avrupa versiyonu. Geç olsun da güç olmasın diyelim.

Bu vesileyle 9 Ocak 2025 tarihinde tüm PSP'ler (ödeme servis sağlayıcılar) ve dolayısıyla bankalar, en azından gelen SEPA Instant ödemelerini kabul etmeye zorunlu olarak başladı.

9 ay sonrasında, yani 9 Ekim 2025 tarihinde ise SEPA Instant ödemeleri göndermek de zorunlu hale geldi.

Euro bölgesi dışında kalan SEPA ülkeleri içinse geçiş tarihleri daha ileri: Örneğin SEPA üyesi ancak Euro kullanmayan ülkelerde alım yeteneği 9 Ocak 2027'de, gönderim ve VoP (Verification of Payee) fonksiyonları ise 9 Temmuz 2027'de devreye girecek.

Bu tarihler aslında yıllardır süregelen altyapı, regülasyon ve piyasa baskılarının kesişim noktası diyebiliriz. Bu değişim sadece "bankalar Instant ödemeyi sunacak" düzeyinde değil; ödeme altyapısının, risk kontrol sistemlerinin, müşteri deneyiminin ve likidite yönetiminin yeniden düşünülmesi gereken bir kırılma noktası haline geliyor.

VoP sorgusuyla gelen güvence

AB bölgesi için muazzam bir yenilik ve teknoloji açılımı olmasının yanında, bir de ek fonksiyon olarak VoP zorunluluğu da getirildi. Bunu, Türkiye'deki IBAN girişi sırasında hesap sahibinin ad ve soyadının ilk iki karakterini gösterip gerisini maskelemesine benzer bir özellik olarak düşünebilirsiniz.

Burada ödemeyi yapan müşteriden IBAN ve isim-soyadı girişi yapması bekleniyor. Eğer bu iki bilgi birebir uyuyorsa, sistem bu şekilde bir bilgilendirme yapıyor ve herhangi bir uyarı vermeden ödemenin gerçekleşmesine izin veriyor.

Eğer bu iki bilgi hiç uymuyorsa, sistem "uyumsuzluk" uyarısı veriyor ancak "Emin misiniz?" veya "Yine de göndermek istiyor musunuz?" diyerek müşteriden bir onay daha alıyor.

9 Ekim itibarıyla SEPA (Tek Euro Ödeme Alanı) için yeni bir dönem başladı. Türkiye'nin 2021 yılında başlattığı FAST sisteminin bir benzeri olan SEPA Instant ödeme altyapısı AB vatandaşları için önemli avantajlar sağlarken, bölgede faaliyet gösteren finans kurumları için birçok yükümlülük getiriyor...

Üçüncü bir alternatif ise isim-soyadı kısmında yazım hatası veya benzerlik olması durumunda ortaya çıkıyor. Bu sefer "Bakın, sizin yazdığınız isim uymuyor ama bu hesabın sahibi şu isimde görünüyor. Ödemeyi bu isim olarak değiştirip gönderelim mi?" şeklinde bir uyarı veriliyor.

Son bir uyarı tipi ise teknik nedenlerle (örneğin sistemin kapalı olması, müşteri bilgilerine ulaşılamaması gibi) VoP sorgusunun yapılamadığı durumlarda çıkıyor ve müşteri "Şu anda VoP sorgusu yapamıyorum, yine de göndermek istiyor musunuz?" şeklinde uyarılıyor.

Dikkat edilirse hiçbir durumda ödemeyi durdurucu bir aksiyon alınmıyor, sadece müşterinin onayına ve kontrolüne sunuluyor. Müşteri isterse yine de gönderim yapabiliyor.

Bu sayede son yıllarda artan "yanlış hesaba gönderim" ve "IBAN dolandırıcılığı" vakalarına karşı ciddi bir koruma sağlanması hedefleniyor. Ayrıca bu fonksiyonun kullanılması sadece Instant ödemelerde değil, klasik SCT ödemelerinde de zorunlu hale getiriliyor.

İşlemden ziyade müşteri bazlı kontrol

Tüm bunlara rağmen müşteri şikayetlerine neden olabilecek durumlar yaşanabiliyor. Hız her zaman avantaj sağlamadığı gibi, 10 saniyede karşı tarafa ulaşmış bir ödemeyle ilgili iade talebi veya şikayet durumlarında süreçlerin yeniden tasarlanması gerekiyor. Jargonda "happy path" olarak adlandırılan problemsiz ideal senaryoların yanında, bu gibi ek durumlar da zorlukları beraberinde getiriyor.

Ek olarak ve kısaca, SEPA Instant ödemenin göze çarpan bazı temel kurallarını şöyle özetleyebiliriz:

Müşterinize normal SCT ödemesini nereden ve nasıl sunuyorsanız, Instant ödemeyi de aynı şekilde sunmak zorundasınız.

Örneğin, şubeye gelen bir müşteri SCT ödemesi yapılabiliyorsa, Instant yapmak istediğinde "onu şubeden yapamıyoruz" diyerek dijital kanallara yönlendiremezsiniz. Ya da SCT için toplu ödeme fonksiyonunuz varsa, Instant için de bunu sağlamalısınız.
Bir diğer önemli kural da masraflar konusunda. SEPA altyapısında bir ödemenin bankaya maliyeti yok denecek kadar düşük olduğu için genellikle SEPA ödemeleri müşterilere ücretsiz sunuluyor.
Instant ödemelerde de bu durum bir kurala bağlandı: Bir Instant ödeme için en fazla bir SCT ödemede alındığı kadar masraf alınabilir.
Yani "SCT karşı bankaya ertesi gün gidiyor, ben Instant ile bunu anında yapıyorum, bu yüzden ekstra ücret alırım" diyemiyorsunuz.
Bir başka konu da AML tarafında karşımıza çıkıyor. Regülasyonun getirdiği 10 saniyelik işlem baskısı nedeniyle, işlem bazında kontrollerden ziyade müşteri bazlı kontrollerin önemi artıyor.
Yani sistem diyor ki: "Müşterilerinden emin ol ki, onların ödemelerinden de korkma."
Bu ve benzeri pek çok kural, müşteri tarafında hep pozitif şekilde değerlendirilebilir.

Ekstra ücret yok, ekstra mesai var!

9 Ekim sabahı itibarıyla artık müşteriler için daha hızlı ve daha güvenli bir ödeme tipinden bahsedebiliyoruz.
Ancak tüm bu kurallar ve fonksiyonlar, bankalar açısından önemli operasyonel yükler ve maliyetler doğuruyor.
Mevcut çekirdek bankacılık sistemleri (core banking) genellikle "batch" yani toplu işlem odaklıdır. Bunları 7/24 çalışan, anlık işlem destekli hale getirmek önemli bir mimari dönüşüm gerektirir.
Bir kere, bahsettiğimiz gibi, işleme özel ek bir masraf alınamıyor. Hatta çoğu zaman ücretsiz olduğu için bu hizmet müşteriye bedelsiz sağlanmak zorunda kalıyor. 7/24 çalışmak ise beraberinde pek çok zorluk getiriyor. Hafta sonu veya tatil günlerinde likiditenin kontrolü oldukça zorlaşıyor. Gecelik faizden yararlanılabilecekken, likit tutma zorunluluğu nedeniyle bu kazançtan da vazgeçilmiş olunuyor.
Mutabakat zorlukları, izleme ve geri bildirim sorumlulukları, tüm kanallardan hizmet verme zorunluluğu (örneğin kullanım azlığı nedeniyle kimsenin aklına gelmeyen EBICS kanalı ve onun geliştirmeleri), UI/UX iyileştirmeleri, testleri, taşımaları gibi ek geliştirme maliyetleri; IT masrafları, sunucu, hat, kuyruk, API yapıları, bakımlar, yedeklemeler, stres testleri, acil durum planları...
Özellikle VoP tarafında üçüncü taraflarla entegrasyon, yönetim ve anlaşma süreçleri de ayrı bir yük oluşturuyor.
Bunların tümünü anlayan, yöneten ve geliştiren kalifiye personel ihtiyacı; müşteriyle temas eden çalışanların eğitimi, problem anında doğru yönlendirme yapabilmesi... Liste uzayıp gidiyor. Gerçekten de zorlu bir süreç geride kaldı.

3 bine yakın finansal kuruluşu yeni sisteme geçti

Yasal süre geçmesine rağmen hâlâ tüm hizmetleri tam olarak sunamayan hatırı sayılır sayıda ve büyüklükte banka olması -hatta bazılarının istisna talebiyle ek süre istemesi- durumun zorluk seviyesini net biçimde gözler önüne seriyor.
Şu anda 2 bin 800'ün üzerinde Avrupa bankası ve ödeme servisi sağlayıcısı SEPA Instant ve VoP sistemine geçmiş durumda.
Günde ortalama 300 milyon adedin üzerinde Instant ödeme işleniyor.
Hollanda, Finlandiya ve İspanya bu alanda öncü ülkeler arasında.
Avrupa genelinde tüm Euro transferlerinin yaklaşık yüzde 60'ı artık Instant olarak gerçekleşiyor. 2026 ortasına kadar bu oranın yüzde 85'e çıkması bekleniyor.
Avrupa Merkez Bankası, sistemin devreye girmesinden sonraki ilk haftada toplam transfer hacminde yüzde 18 artış olduğunu bildirdi.

Önümüzdeki dönem beklentileri

- Instant işlemlerin payı hızla artacak; bazı bankalar işlemleri önce "zorunlu Instant" modunda açıp daha sonra "isteğe bağlı Instant/normal transfer" moduna geçebilecek.
- 2026-2027 döneminde SPS (bulk işlemler) de Instant'a kayacak; kurumsal müşteriler, dosya temelli kredi transferlerini anlık transferlere dönüştürecek. Bu da Instant kullanımını hem sayı hem değer açısından ciddi biçimde artıracak.
- VoP doğruluğu ve dizin veri kalitesi geliştikçe "uyumsuzluk" hataları azalacak, kullanıcı tarafındaki "alarm hissi" düşecek ve sistem güven algısı güçlenecek.
- Instant ödeme altyapısı sunamayan bankalar müşteri kaybı riskiyle karşılaşacak.

Tüm bunlar düşünüldüğünde, klasik SEPA'nın rolü büyük olasılıkla daha düşük öncelikli, toplu işlemler veya yedek sistem olarak kalacak gibi görünüyor.
Kısacası Avrupa'da artık para, mesai saatine değil teknolojiye bağlı. Ve bu kez sadece daha hızlı değil, çok daha güvenli bir sistem var.

POS Kartın varsa komisyon ödemek yok

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

Başvurunuzu size en yakın Şekerbank şubesinden ya da aşağıdaki QR Kodu okutarak 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

sekerbank.com.tr | 0850 222 78 78

TROY'LA ÖDE,
TÜRKİYE'MİZ
SENİNLE
KAZANSIN.
Hepimizin Gururu,
Türkiye'nin TROY'u.
6501 1923 2016 0001
SKT 08/30
ZEHRA GÜNEŞ
troy
BANKANIZDAN İSTEYİN.
troy®