

PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

Ağustos 2014 / Sayı: 40 / Fiyatı: 10 TL

www.psmmag.com



**Yazarkasa
POS'un en yenisi
Ankara'dan
geliyor**



**Taksit yasağı kalktı
ticari kart patladı**

HER ŞEY DİJİTAL HER ŞEY NET



DenizBank

**PASSOLIG'İN
GUINNESS'LİK
REKORU**



SHERATON
MASLAK
İSTANBUL

CROSS-BUSINESS PAYMENT **IMPACT**

"Created by CardtekGroup"

16 EKİM
2014

CardSmart
Bosphorus 2014

İş Dünyasının Farklı Sektörleri,
Ödeme Sistemleri
Dünyasında Birleşiyor...
Gecikmeden Yerinizi Ayırtın!

www.cardtek.com



ESNAFIMIZIN KAPISI HEP AÇIK KALSIN DİYE ŞEKERBANK'TAN TÜRKİYE'DE BİR İLK: AÇIK POS!

FATURA
ÖDEME

Mahalleli esnaftan
faturasını
ödeyebilecek.

→ %0

KOMİSYON

Her ayın 15'inde
yapılan alışverişlerde
esnaf komisyon
ödemeyecek.

← PROFESYONEL
YÖNETİM

Esnaf AÇIK POS ile
işini profesyonelce
yönecek.

→ STOK TAKİBİ

Esnaf stok takibi
yapabilecek.

← NAKİT ÇEKME

Mahalleli esnaftan
nakit para çekebilecek.

→ CEBE TL YÜKLEME

Mahalleli esnaftan cep telefonuna
TL yükleyebilecek.

Mahallemizi mahalle yapan esnafımızın yüzü hep gülsün diye, AÇIK POS şimdi Şekerbank'ta.



AÇIK
POS

Şekerbank 

sekerbank.com.tr | 444 78 78



Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

Gözler Fenerbahçe'de

Türkiye, son 2 yıldır ödeme sistemleri sektörünü yakından etkileyen iki önemli gelişmeye tanık oluyor: Biri yeni nesil ödeme kaydedici cihazlar yani yazarkasa POS, diğeri ise futbol maçlarında elektronik bilet dönemini başlatan Passolig uygulaması...

Yazarkasa POS sektöründe taşların yerine oturması uzun sürmedi. Ancak geçen yıl Passolig açısından hayli sıkıntılı geçti. Kanun gereği uygulamanın başlangıcı sezon bitimine yakın, nisan ayına denk gelince kulüpler de taraftar da sisteme yeterli ilgiyi göstermedi. Sadece derbi maçı nedeniyle Beşiktaş, şampiyonluk maçları nedeniyle Balıkesirspor, biraz da Galatasaray taraftarları deneyimleme fırsatı bulabildi. Kısacası geçen sezon Passolig için de kulüpler için de ısınma dönemi oldu. Peki bu yeni sezonda bizi nasıl bir Spor Toto Süper Lig ve PTT 1. Ligi bekliyor?

İlerleyen sayfalarımızdaki haberde de okuyabileceğiniz gibi Passolig cephesi gerekli tüm hazırlıkları tamamlamış. Ortada sadece bir engel görünüyor: Fenerbahçe ve Başkanı Aziz Yıldırım...

Aktif Bank Perakende Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Enis Tuna, kulüple görüşmelerin sürdüğünü, anlaşma sağlanırsa Şükrü Saracoğlu Stadyumu için de kısa sürede gerekli sistemi kurabileceklerini söylüyor. Peki ya Fenerbahçe anlaşmayı kabul etmezse ne olacak?

İşte o zaman Fenerbahçe'nin önünde iki seçenek var: Ya seyircisiz veya tarafsız sahada maça çıkacak ve üstüne bir de maç başına 100 bin TL para cezası ödeyecek ya da federasyonun kuralları doğrultusunda kendi altyapısını kendi kuracak...

Ancak Fenerbahçe'nin 3-4 milyon euro'yu gözden çıkarıp sisteme uygun turnikeleri, kamera sistemlerini, operasyon odasını kurması da yetmeyecek. Çünkü TFF yönetmeliği, yine biletlerin elektronik olarak ve Passolig sistemi üzerinden alınmasını gerektiriyor.

Umarız siz bu satırları okuduğunuz sırada sorun çözülmüş olur; Fenerbahçe taraftarı da Türk futbolu da yeni bir kaosun içinde bulmaz kendini.

Keyifli okumalar...



www.psmmag.com

Medya Gündem Dijital Yayıncılık
ve Tic. A.Ş. adına
İMTİYAZ SAHİBİ VE SORUMLU MÜDÜR

Barış Bekar

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

YAZI İŞLERİ MÜDÜR YARDIMCISI

Esin Gedik

YAYIN KOORDİNATÖRLERİ
Kayhan Öztürk, Sibel Köklü

HABER MÜDÜRÜ

Orhan Pala

DÜZELTMEN

Celalettin Kafesoğlu

GÖRSEL YÖNETMEN

Halil Günüş

HABER MERKEZİ

**Berrin Vildan Uyanık, Fatih Rençberler,
Selin Paratutmaz, Burak Taşçı,
Murat Demirbağ, Aslı Yaraşan**

YURTDIŞI TEMSİLCİLİKLER

**Sinem Büber Singh (New York), Özlem
Aydın (Londra), Zeynep Turan (Roma)**

FOTOĞRAF

Sinan Özel

ARŞİV VE ABONE SORUMLUSU

Özlem Özen

oozen@gundemmedyagrubu.com

REKLAM & REZERVASYON

Seda Uygun
suygun@psmmag.com

YÖNETİM YERİ

Medya Gündem Dijital Yayıncılık ve Tic. A.Ş.
Cumhuriyet Cad. No: 181 Efser Han Kat: 8
Harbiye / Sisli - İstanbul
Tel: 0212 255 32 92-93-94 / Faks: 0212 238 72 07

BASKI

Ömür Matbaacılık A.Ş.
Beysan Sanayi Sjt. Birtik Cd. No:20
Haramidere/Beylikdüzü-İstanbul Tel: 0212 422 76 00

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.

YeninesilPOS' unuzu nasıl arzu edersiniz ?



Mobil Yazarkasa POS

Depo Stok Yönetimi

Otopark

Cafe Restaurant

Yeni Nesil Yazarkasa POS

Pibion
MT360E



iÇİNDEKİLER

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE • AĞUSTOS 2014

32



20



24



38

AYIN EKİBİ

DENİZBANK

Her şey dijital, her şey Net



6 VİTRİN
Visa'nın Avrupalı dijital cüzdanı 2015'te İpsala'ya dayanacak

20 TİCARİ KARTLAR
Taksit yasağı ticari kart kullanımını artırdı

24 İŞBİRLİĞİ
"Passolig için avize dükkanında model uçak uçurduk"

28 TİCARİ BANKACILIK
Fibabanka Genel Müdür Yardımcısı Emre Ergün: "Ticaretin en hızlı bankası olacağız"

32 ÖKC
Yazarkasa POS'un en yenisi Ankara'dan

36 VİZYON - ÖZGE ÇELİK
İnternette alışveriş yapanlar artık kahraman değil!

44 RISK YÖNETİMİ
Bankaların 'akıllı paranoyak' risk sistemleri

48 KONUK YAZAR - TUNÇ AKYURT
Dijital bankacılığın yararları ve başarılı örnekler

50 ONLINE ALIŞVERİŞ
Haftada 387 dakikayı alışverişe harcıyoruz

54 UÇUŞ KARTLARI
Bankaların uçuş yarıışı hız kesmiyor

62 EXTRE
Son bir yılda POS sayısı 100 bin artışla 2.37 milyon oldu

64 DÜNYADAN
Sosyal medyadan alışveriş için bile çıkış yok!

66 NOSTALJİ
İlk merkez bankası Amsterdam'da kuruldu



► Visa'nın Avrupalı dijital cüzdanı 2015'te İpsala'ya dayanacak



VISA

İngiltere, Fransa, İspanya ve Polonya'da dijital cüzdan hizmeti sunan Visa Europe, dijital ödeme hizmetlerinin

geliştirilmesi ve perakende sektörü tarafından kolayca benimsenmesini sağlamak üzere dijital cüzdan hizmetlerine 200 milyon euro ek yatırım yapacak. Perakende uyum programını da içeren bu yatırımla, "V.me by Visa" hizmetini kullanan ve aralarında e-ticaret alanının önde gelen Fransız perakende markası Leclerc Drive, İngiltere'den PC

World ve Clark, Polonya'dan ise Merlin.pl ve E.Leclerc'in de bulunduğu 20 bin perakendeciden oluşan ağına daha da büyümesi hedefleniyor.

Visa Europe, dijital cüzdan hizmeti V.Me by Visa'yı bu yılın sonuna kadar Almanya, İrlanda, Norveç, İsveç ve İtalya'da da hayata geçirecek. 2015'te ise Yunanistan, Çek Cumhuriyeti ve Slovakya'da başlatacağı pilot çalışmalarla 8 yeni pazarı daha V.me by Visa ile tanıştıracak. Visa Europe, "Avrupalı tüketiciler için Avrupalı cüzdan" hedefiyle Avrupa Ortak İşbirliği Çalışma Grubu oluşturdu. Visa Inc. ise hem tüketiciler hem de online perakende mağazaları için e-ticaretin çok daha hızlı, kolay ve güvenli olmasına imkan veren yeni hizmeti Visa Checkout'u geçtiğimiz günlerde duyurdu. Visa Checkout; ABD, Kanada ve Avustralya'da V.me by Visa'nın yeri alacak ve tüketicilere bu isimle sunulacak.

► AKILLI OTOMOBİL PLATFORMU'NUN FİNANS SERVİSİ GARANTİ'DEN



Garanti Bankası, Turkcell Akıllı Otomobil Platformu'nun ilk ve tek finansal servis sağlayıcısı oldu. Turkcell Akıllı Otomobil Platformu, trafik durum bilgisi de içeren navigasyon hizmetinin yanı sıra yakındaki otopark, eczane ve akaryakıt

istasyonlarını tespit etmeyi ve kolayca ulaşmayı, tek tuşla aramayı sağlıyor. Araç arızası ya da lastik patlaması durumunda tek tuşla, adres tarif etmeden yol yardımı çağrılabilir. Haber ve eğlence servisleriyle yolda geçirilen zamanın keyifli hale getirilmesi hedefleniyor. Garanti Bankası da bu platform için geliştirdiği uygulamayla kullanıcılarına anlık finansal bilgiler ve piyasa yorumları sunuyor. Ayrıca, bulunulan lokasyon için en yakın ATM ve banka şubesinin tespit edilip gidiş rotasının çizilmesini sağlıyor.

Öte yandan Garanti Bankası, çağrı merkezi sektörünün dünya çapındaki en büyük organizasyonu olan ve bu yıl Lizbon'da düzenlenen "Contact Center World" yarışmasında 3 ödüle birden layık görüldü. "En İyi Çağrı Merkezi" ve "En İyi Dönüş Veren Kampanya" kategorilerinde Avrupa, Ortadoğu ve Afrika (EMEA) bölge birincisi olan Garanti; "En İyi Satış Kampanyası" kategorisinde ise gümüş madalyayla ödüllendirildi. Böylece Garanti Çağrı Merkezi, kasım ayında Las Vegas'ta düzenlenecek dünya finalinde Türkiye'yi temsil etmeye hak kazandı.

"HERKES İÇİN İNTERNET" İNGİLTERE'DE FİNALE KALDI



TTNET,
"Herkes
İçin
İnternet"

projesiyle kurumsal sorumluluk alanında dünyanın önde gelen kurumlarından Ethical Corporation'ın yürüttüğü "Responsible Business Awards" programında finale kaldı. "Herkes İçin İnternet" projesi geçen yıl Birleşmiş Milletler'in Business Call to Action (BCtA) ağına Türkiye'den dahil edilen ilk proje olmuştu. TTNET, kendisini finale taşıyan "Herkes İçin İnternet" projesi doğrultusunda kalkınmada öncelikli bölgelerde, interneti online eğitimle birleştiren ve yüz yüze internet okuryazarlığı eğitimleri de içeren paketiyle Türkiye'de internet kullanımını artırmayı hedefliyor.

5 yıldır Türkiye'nin En Çok Kazandıran Banka Bonusu!

AKTİF BONO



Financial World
Innovation Awards

Paybefore USA
Awards

EFMA Awards

Kısa bir süre için sadece nitelikli yatırımcılara*!

Bono yatırımcısı olmak çok kolay!

Bizi arayın, size özel danışmanımız bilgilerinizi alsın,
göndereceğimiz evrakı imzalayın, kazanmaya başlayın!

AKTİF PRIVATE

(0 212) 213 2666
BONO

	Bono Oranı	Mevduat Getirisi Karşılığı**
30 - 59 gün arası	%11,10	%11,75
60 - 179 gün arası	%11,30	%11,96
180 - 365 gün arası	%11,50	%11,76

Aktif Bono bireysel yatırımcılar için mevduata göre stopajda 6 aya kadar %5 ve 6 ay ila 1 yıl arası vadelerde %2 avantaj sağlamaktadır.

Neden Aktif Bank daha yüksek kazandırıyor?

Gelişen teknoloji ve kentleşme ile artık hayatımızdan çıkan şubelere yatırım yapmaz. Kredi verirken ve bunun için fon toplarken şube kullanmaz. Yüzbinlerce adette ve milyarlarca tutarda krediyi aralarında Türkiye'nin önde gelen markalarının bayilerinin yanısıra PTT işyerlerinin de olduğu binlerce noktadan tüketiciler ile buluşturur. Krediyi ek olarak, milyonlarca adette fatura tahsilatı, para transferi, sigorta poliçesi gibi ürün satışını aralarında benzin istasyonundan bakkala kadar şimdilik 10 bin işyerinin olduğu en geniş dağıtım ağı ile gerçekleştirir. Ürünleri 5 kıtada, 200'ü aşkın ülkede kullanılır. Yılda 30 milyon adet işlemi şubesiz gerçekleştirir. Şube kullanmadığı için aracılık giderleri düşük olan banka, parasını Aktif Bank'ta değerlendirene daha yüksek kazanç sağlarken, para ihtiyacı olana da uygun koşullar sunar. Bu alandaki tecrübesi nedeniyle sorunlu kredileri sektör ortalamasının altındadır. Bu dağıtım kanalı modeli ve birçok yeni ürün ve hizmetleri ile aday olduğu dünyanın en iyisini seçen yarışmalarda dev ve global bankaların arasından sıyrılarak, "Dünyanın En Yenilikçi Bankası" ödülü de dahil olmak üzere 56 adet ödül almıştır. Yatırımlarını insana, yüksek teknolojiye ve işe yapar. Yerli bir banka olmasının yanı sıra, iştirakleri ve ürünlerinin yaygınlığı ile global bir oyuncudur. Türkiye'nin en büyük yatırım bankasıdır. **Kısacası Aktif Bank kazanır ve kazandırır.**



aktifbank.com.tr

aktif bank
Yerli, Global

* "Nitelikli Yatırımcı": Sermaye Piyasası Kurulu'nun "III-39-1 Yatırım Kuruluşlarının Kuruluş ve Faaliyet Esasları Hakkında Tebliğ"ine göre aracı kurumlar, bankalar, portföy yönetim şirketleri, kolektif yatırım kuruluşları, emeklilik yatırım fonları, sigorta şirketleri, ipotek finansman kuruluşları, varlık yönetim şirketleri ile bunlara muadil yurt dışında yerleşik kuruluşlar, emekli ve yardım sandıkları, 1777/1964 tarihli ve 506 sayılı Sosyal Sigortalar Kanununun geçici 20 nci maddesi uyarınca kurulmuş olan sandıklar, kamu kurum ve kuruluşları, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Dünya Bankası ve Uluslararası Para Fonu gibi uluslararası kuruluşlar, nitelikleri itibarıyla bu kurumlara benzer olduğu Kurulca kabul edilebilecek diğer kuruluşlar ile aktif toplamının 50.000.000 Türk Lirası, yıllık net hasılatının 90.000.000 Türk Lirası, özsermayesinin 5.000.000 Türk Lirasının üzerinde olması kısıtlarından en az ikisini taşıyan kuruluşlar olarak tanımlanan profesyonel müşteriler ve nitelikli yatırımcı olarak sayılmayı yazılı olarak talep eden, nakit mevduatlarının ve sahip olduğu sermaye piyasası araçlarının da dâhil olduğu finansal varlıklar toplamının en az 1.000.000 Türk Lirası olduğunu tevsik eden gerçek ve tüzel kişiler.
** Yukarıdaki tabloda bono faiz oranları ve vergi avantajı dikkate alınarak mevduat esdeleri hesaplanmıştır. Bono stopaj oranı tüm vadeler için %10 iken mevduat stopaj oranı 6 aya kadar %15 ve 6 ay ila 1 yıl arası %12'dir. Buna göre 6 aya kadar %5 ve 6 ay ila 1 yıl arası %2 puan stopaj avantajı bulunmaktadır. Aktif Bono Merkezi Kayıt Kuruluşu nezdinde saklanmaktadır. Aktif Bono stokları ihraç limitleri ile sınırlıdır. Aktif Bono nun satış fiyatı ve getiri oranları piyasa koşullarına göre değişebilir. Aktif Bank, satış fiyatını tek taraflı olarak değiştirme hakkını saklı tutar. Bu ilan Sermaye Piyasası araçlarının satın alınması için halka çağrıda bulunulmasına yönelik değildir. Aktif Bono, halka arz edilmeksizin tahsisli olarak veya nitelikli yatırımcılara satılmaktadır.

Cardtek, Güney Amerika'yı Kolombiya'dan yönetecek



merkez olmak üzere Güney Amerika'da geçirecek. İnönü, bölgedeki stratejik konumunun yanı sıra politik olarak da en istikrarlı ülkelerden biri olması nedeniyle Kolombiya'nın üs seçildiğini söylüyor. İnönü, "Cardtek Group olarak bu bölgede öncelik vereceğimiz ülkeler sırasıyla ofisimizin olduğu Kolombiya, Şili, Peru ve Arjantin; Orta Amerika'dan da Meksika olacak. Tabii Güney Amerika'nın en büyük pazarı olan Brezilya için de ayrı hedeflerimiz var" diyor.

Cardtek Group'un İtalya ofisinin başında İş Geliştirme Direktörü olarak görev yapan Giorgio Mazzoloni de Güney Amerika ofisine atandı. Mazzoloni, bölgedeki potansiyeli şöyle değerlendiriyor: "Güney Amerika'da EMV'ye (Chip & PIN) geçen ülkeler olmasına rağmen henüz yolun çok başındalar. Cardtek Group çözümlerine ihtiyaçları var. Bu bölgede de kısa sürede söz sahibi olacağımıza inanıyorum."



Cardtek Group,
Güney Amerika
ve Karayipler

bölgesindeki ülkelere çözüm götürebilmek amacıyla Kolombiya'da ofis kuruyor. Cardtek USA Başkanı Gökhan İnönü, bu ofisin de yönetiminde söz sahibi olacak ve zamanının önemli bir bölümünü Kolombiya

DİKKAT! BU ATM'İN İÇİNDE BİRİLERİ VAR



Türk Ekonomi Bankası (TEB), NCR'ın gişe hizmetleri verecek yeni görüntülü, uzaktan destekli teknolojisini kuran Avrupa'nın ilk finans kurumu oldu. Banka, İstanbul Çekmeköy şubesi içerisinde ilk NCR İnteraktif ATM'sini hizmete açtı. Bu yeni teknoloji sayesinde bekleme süresinin azaltılması, müşteri deneyiminin geliştirilmesi ve müşterinin kuruma bağlılığının artırılması, böylece TEB'in işlerinde verimlilik ve kârlılık artışı sağlanması amaçlanıyor. TEB Bireysel ve Özel Bankacılık Kıdemli Genel Müdür Yardımcısı Gökhan Mendi, "NCR İnteraktif ATM sayesinde müşterilerimizin bankacılık deneyimini geliştiriyor; onlara uzaktan canlı yardım hizmeti sunuyor, böylece şube içlerindeki klasik kuyrukları azaltıyor ve işimizi daha etkin şekilde yapabiliyoruz" diyor.

NCR'ın bu yeni interaktif ATM cihazı, uzak bir merkezde bulunan bir ATM görevlisinin, cihazın tüm kontrolünü alarak müşteriyle karşılıklı görüntülü



Gökhan Mendi

ve sesli iletişim kurmasını sağlıyor. Görevliler aynı anda birden çok şubeye hizmet verebiliyor. Üstelik bunu müşterilerle yüz yüze iletişim kurarak yapabiliyorlar. Mendi, bu yolla işletme giderlerinde de düşüş sağlandığını vurguluyor.

verisoft, e-Fatura ve Yeni Nesil ÖKC TSM çözümlerini **THALES** nShield ürünleriyle güvence altına alıyor.

payShield 9000



nShield Solo



nShield Edge



nShield Connect



nShield Connect

THALES HSM Çeşitleri Verisoft Güvencesiyle Size Çok Yakın...

- Ağ Güvenliği Çözümleri
- Oracle ve Microsoft SQL Veri Tabanı Şifrelemesi
- PCI DSS Uyumluluk Çözümleri
- e-Ticaret ve Tokenization Çözümleri
- Uçtan Uca Şifreleme Çözümleri
- P3 EMV Veri Hazırlama Çözümleri
- TSM Güvenli Oda ve ÖKC Sertifika Çözümleri

THALES



verisoft



ING'den bir ilk!
SMS ile
Gümrük Vergisi
ödemesi!

Gümrük Vergisi ödemesinde büyük kolaylık!
Gümrük vergi, İsviçre Bank, Perakende mevzuatı yas. 2205'e göre
Gümrük 2205 kodunu, İsviçre Bank ile iletişime geçerek
2205 gümrük vergisi tahsilatı için gerekli, 1 günde 24 saat,
7/24 olarak her gün ve her hafta, her hafta, her hafta, her hafta,
Dereci bilgi için ve diğer 2205 Bank Gümrük'ün kodunu

ING BANK

ESKİ KÖYE YENİ ADET GETİRDİ, ÖDÜLÜ KAPTI

ING BANK

ING Bank, "SMS ile
Gümrük Vergisi Ödeme"
uygulamasıyla Global

Finance tarafından düzenlenen "En İyi İnternet Bankacıları Ödülleri"nde "En İyi SMS Bankacılığı" ödülüne layık görüldü. ING Bank Kurumsal Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Gerlach Jacobs, ödülle ilgili şu değerlendirmeyi yaptı: "ING Bank olarak 'eski köye yeni adet' getiren anlayışımızla bankacılık hizmetlerini yeniden şekillendiriyoruz. Türkiye'de bir ilk olarak hayata geçirdiğimiz 'SMS ile Gümrük Vergisi Ödeme' uygulamamızla müşterilerimizin bankacılık işlemlerini daha hızlı ve kolay bir şekilde yapmalarını sağladık. Kazandığımız her ödül müşterilerimiz için doğru işler yaptığımızı bir kez daha gösteriyor. Kullanımı kolay yeni çözümler geliştirmeye hız kesmeden devam edeceğiz."

ING Bank'ın sunduğu bu hizmetten yararlanmak isteyen firmaların, 7/24 gümrük vergilerini ödeyebilmek için "GUMRUK" boşluk beyanname numarasını yazarak 2205'e SMS göndermeleri yeterli.

ATM kartlarına hırsızlık güvencesi

HDI Sigorta, seyahat sağlık sigortası ürününün sunduğu teminatlara ATM kart hırsızlıklarını da ekledi. "ATM SAFE" (ATM Kart Hırsızlık) hizmetiyle sigortalılar, yurtiçi veya yurtdışı seyahatlerinde uğrayacakları nakit kaybına karşı güvence altına alınıyor. Sigortalının ATM'lerde yaptığı para

HDI
Sigorta

çekme işlemi sırasında zorla para çektirme veya mekanik düzenekle ATM'nin tahriyatı sonucu yapılan hırsızlıklarda ortaya çıkan zararlar maksimum 1000 liraya kadar tazmin ediliyor. Banka kartının PIN şifresinin ele geçirilmesi sonucu sahtekârlık veya benzeri suç unsuru içeren olaylar yaşandığında da sigortalılar yine ATM SAFE hizmetiyle korunuyor. Bankaya bilgisi verilmiş kayıp veya çalıntı kart işlemlerinde veya zorla alışveriş sonucu ortaya çıkan nakit kayıpları maksimum 500 liraya kadar temin ediliyor. ATM'nin tahriyatı yüzünden ATM'den yapılan para transferi/havale işleminin yerine ulaşmaması sonucu nakit kaybı maksimum 500 liraya kadar karşılanırken, evrak ikamesi teminatıyla ATM işlemi sırasında uğranılan fiziksel saldırı sonucu kaybedilen kıymetli evrakın yerine koyma masrafları maksimum 150 liraya kadar ödeniyor.

48 saat içinde çalınan nakit bulunamazsa, HDI Sigorta belirtilen limitler dahilinde sigortalının hasarını tazmin ediyor. HDI Sigorta'nın verdiği bütün bu teminatlar, sigortalının yurtdışı seyahatleri sırasında da 7 gün 24 saat geçerli.



Danışman destekli profesyoneller paketi

Burgan Bank; doktor, avukat, diş hekimi, eczacı, veteriner, mimar, noter, mali müşavir gibi farklı meslek gruplarının ihtiyaçlarını göz önüne alarak geniş kapsamlı bir "Profesyoneller Paketi" geliştirdi. Paket kapsamındaki müşterilere cazip faiz oranlı tüketici kredisi, mevduatlarına sürekli "hoş geldin" faizi, acil nakit ihtiyaçları için pakete özel tasarlanmış kredili mevduat hesabı, internetten yapılan tüm EFT/havale işlemlerinden ve hesap işletim ücretlerinden muafiyet, özel yatırım ürünleri ve sigorta fırsatları sunuluyor. Burgan Bank Perakende Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Pınar Kuriş, Burgan Bank uzman portföy yöneticilerinin Profesyoneller Paketi müşterileri için finansal danışmanlık hizmeti de vereceğini vurguluyor.



fastPay ile tüm kredi kartların cebinde!

fastPay ile banka müşterisi olsun olmasın dilediğin herkese ücretsiz para gönderebilir, ödemelerini cepten yapabilirsin. Üstelik şimdi istediğin kredi kartını fastPay'e ekleyebilirsin.

Ayrıntılı bilgi: www.fastpay.com.tr



Cüzdanı seç!



İstediğin banka kredi kartını ekle, fastPay'i hemen kullanmaya başla!



Hesap-kart ekle menüsünden kart-ekle'yi seç!



► Hindistan'ın Silikon Vadisi'nin kartlı ulaşım altyapısını SmartSoft kuruyor



Cardtek Group şirketlerinden SmartSoft, Türkiye ve yurtdışında ön ödemeli kartlarla ulaşım projelerine devam ediyor. Hindistan'da başlayan yeni proje kapsamında, Asya'nın Silikon Vadisi olarak bilinen Bangalore şehrinde yaşayan 8 milyon yolcu, ulaşım bedellerini 2015 yılı itibarıyla ön ödemeli kartlarıyla ödeyebilecek. Bangalore Metropolitan Transport Corporation, Hindistan'ın üçüncü büyük özel bankası AXIS Bank ve Hindistan'ın ulusal ödeme standartlarını tanımlayan kurumu NPCI işbirliğiyle gerçekleştirilecek projeye, İstanbul'un tüm metrobüs, İETT, Özel Halk Otobüsleri ve Otobüs A.Ş.'nin toplamından daha büyük bir ulaşım kapasitesine sahip Bangalore Metropolitan Transport Corporation'ın tüm ödeme yapısı, açık

sistemlere (open-loop) kartlı ödeme sistemine dönüştürülüyor. Temmuz 2014'te başlayan ve Ocak 2015'te sona erecek projeye her gün 8 milyon yolcu, ulaşım bedellerini kağıt bilet yerine ön ödemeli kartlarıyla ödeyecek.

Açık sistemlerde geniş bir tecrübeye sahip SmartSoft tarafından yürütülen projede, Bangalore halkına sunulan ulaşım kartları aynı zamanda tüm temassız, offline ve e-ticaret işlemlerinde de kullanılabilir. SmartSoft tarafından Bangalore toplu ulaşımı için oluşturulan sistemin, önümüzdeki yıllarda Hindistan'ın diğer şehirlerinde de kullanılması planlanıyor.



► ÇOK ŞUBELİ BANKALARIN YÜZDE 93'ÜNÜN KURUMSAL ERİŞİMİ TT'DEN



Mehmet Ali Akarca



Türkiye'de birden fazla şubeye faaliyet gösteren 29 bankadan 27'si kurumsal erişim desteğini Türk Telekom'dan (TT) alıyor. Türk Telekom Kurumsal Müşteri Başkanı Mehmet Ali Akarca, "Güçlü altyapımızla bankalara Türkiye'nin her köşesinde ihtiyaçlarına uygun hız seçenekleriyle güvenli ve kaliteli hizmet sağlıyoruz. Tercihe bağlı olarak 10 Gbps'e kadar hız sunuyor, ağ güvenliğini ve kullanılabilirliği garanti altına alıyoruz. Bankalar, Türk Telekom'un Türkiye çapında yayılmış altyapısı ve organizasyonu sayesinde bir sınırlama olmadan iş kapasitelerini daha büyük bir coğrafi alan üzerinde genişletme imkânı buluyor" diyor.

Türk Telekom, 182 bin kilometrelik fiber optik ağıyla 81 ilin tamamındaki kurumsal müşterilerine hizmet verebiliyor. Akarca, Türkiye'de faaliyet gösteren ve birden fazla şubesi olan 12 yabancı sermayeli bankanın ise tamamının Türk Telekom'u tercih ettiğini vurgulayarak "Kısacası Türk Telekom'un hizmet ağı, yerli ve yabancı birden fazla şubesi bulunan bankaların yüzde 93'üne destek sağlıyor" diyor.



Ticaretin yeni yıldızı...

#Alexgeridond

Türkiye Finans



Bi' Alex
değil



FaalKart

10 numara Kobi'lerimiz mağdur olmasın,
işine gücüne devam etsin diye, şimdi ticarete
hız veren yepyeni bir kart var; **Faal Kart**.

Gelin şubelerimize, anında sizin de bir Faal Kart'ınız
olsun. Tüm ticari ihtiyaçlarınızı peşin fiyatına alın,
taksit taksit ödeyin, sonucu değiştirin, kazanın!

Faal Kart, kâr oranı ve taksit sayısı başvuru esnasında banka ve müşteri arasında belirlenen ticari mal ve/veya hizmet alımını sağlayan banka kartıdır. Türkiye Finans, yapılacak mal ve/veya hizmet alımları için kart hamilini vekil tayin etmiştir ve tüm işlemler Katılım Bankacılığı prensipleri doğrultusunda taksitlendirilir. Yapılan mal ve/veya hizmet alımlarında, günlük kar işletilmekte ve her işlemde hizmet ücreti alınmaktadır. Türkiye Finans, paket içeriklerini değiştirme hakkını saklı tutar.

turkiyefinans.com.tr / 0 850 222 22 44

[f /turkiyefinans](https://www.facebook.com/turkiyefinans) [t /turkiyefinans](https://www.instagram.com/turkiyefinans)

**Kart şeklinde ticari
ihtiyaç finansmanı**

"FAALKART"
yaz, boşluk bırak
"TC Kimlik Numaranı"



2442'ye
gönder.

**Hemen sahip ol;
peşin al, taksit taksit öde.**

Türkiye'nin Finans'ı
**Türkiye
Finans**



Sanal paralarınızla gerçek 3D yazıcı satın alabilirsiniz!



3 boyutlu yazıcı teknolojisinin Türkiye'deki ilk ve tek konsept mağazası 3Dörtgen, İstanbul Çamlıca'daki merkezinde 3D Hubs Buluşmaları'nın üçüncüsüne ev sahipliği yaptı. 3 boyutlu yazıcı sahipleri ve 3 boyutlu baskı hizmeti almak isteyenleri bir araya getiren, dünyanın en büyük 3D yazıcı ağı 3D Hubs'ın Türkiye-İstanbul Temsilcisi olan 3Dörtgen, 15 Temmuz'daki buluşmada son zamanlarda adını daha sık duyduğumuz Bitcoin, Litecoin gibi sanal paraları tema olarak

belirledi ve "Sanal Para ve Yükselişi" başlığı altında toplandı. Organizasyona çok sayıda tasarımcı, öğrenci, 3D yazıcı meraklıları, 'maker'lar ve yazılım geliştiricileri katıldı.

Bu arada, 3Dörtgen mağazasında yer alan kafede bir süredir 20 TL'ye kadar Bitcoin ve Litecoin ile ödemeleri kabul ediyor. Mağaza yetkilileri, üçüncü 3D Hubs Buluşması'nda 20 TL limitini kaldırarak 3D yazıcıların bile sanal parayla satın alınabileceğini duyurdu.

500 YÖNETİCİ VE YÖNETİCİ ADAYI 'DRUCKER EKOLÜ' İLE DONANDI



Bahçeşehir Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi (BAUSEM) ve HumanGroup işbirliğiyle açılan Yönetim ve Liderlik Akademisi, "Drucker Yönetim Yolu" sertifika programının ikincisini tamamladı. Dünyaca ünlü yönetim bilimci Peter F. Drucker'ın 95 yıllık birikimiyle ortaya koyduğu öğretiler doğrultusunda hazırlanan programın üçüncüsü ise önümüzdeki ekim ayında açılacak. Etkin yönetim teorilerine ve uygulamalarına hakim olmak isteyen

yönetici ve yönetici adayları için açılan Drucker Yönetim Yolu programının amacı, yönetim anlayışında değişiklik ve farklılık yaratmak.

Aksigorta, BNP Paribas Cardif, Deniz Yatırım, Eczacıbaşı Monrol, Garanti Emeklilik, Hayat Holding, ING Emeklilik, Novartis, T Bank gibi Türkiye'nin önde gelen kurumlarının tercih ettiği program, Yönetim ve Liderlik Akademisi ile birlikte yaklaşık 500 katılımcıya ulaştı.

ZİRAAT'TEN BİR İLK!
HARCADIKÇA DA
BİRİKTİRDİKÇE DE
NAKİT KAZANDIRAN
TEK BANKA KARTI:
KAZANDIRAN BANKKART



Harcadıkça puan değil nakit para biriktiriyor.
Hesabınızdaki paraya da günlük faiz uyguluyor.*



Bankkartınızı Kazandırın Bankkart'a dönüştürmek için,
KAZANDIRAN yazın, boşluk bırakın, Bankkartınızın son 4 hanesi
ile birlikte 4747'ye SMS atın (Örneğin: KAZANDIRAN 1234).
Hâlâ Bankkartınız yoksa, hemen en yakın şubemize uğrayın.

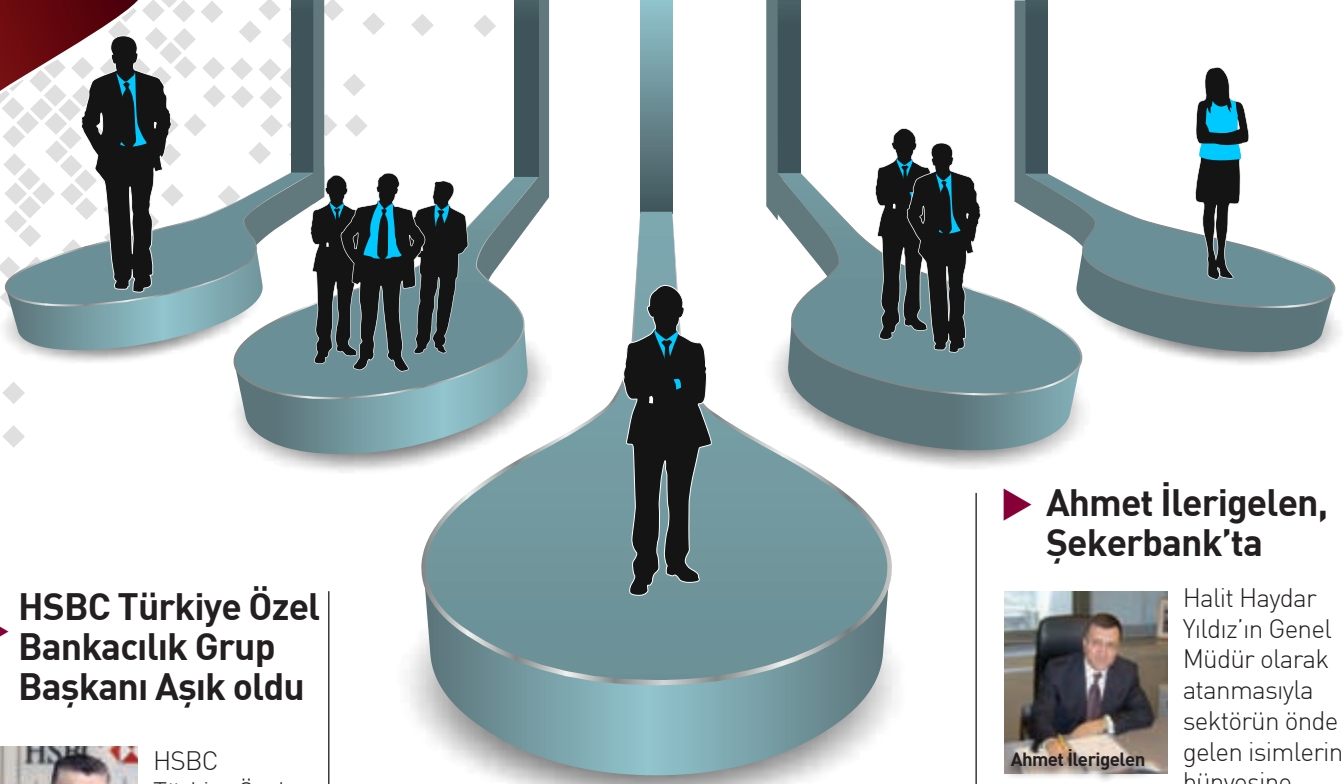


Ziraat Bankası

Bir bankadan daha fazlası

*Günlük faiz kazanabilmek için Bankkartınıza bağlı hesabınızda 250 TL bakiye bulunması yeterlidir. Bakiyenizin en fazla 2.500 TL'lik kısmına faiz işletilecektir. Kazandırın Bankkart güncel oranları www.ziraatbank.com.tr de yayınlanmaktadır.

  /ziraatbankasi



► HSBC Türkiye Özel Bankacılık Grup Başkanı Aşık oldu



HSBC Türkiye Özel Bankacılık Grup Başkanlığı'na Mustafa Aşık atandı. Aşık, bu göreve

gelmeden önce iki yıl boyunca HSBC Türkiye Bireysel Bankacılık Birikim Yönetimi, Satış ve Sermaye Piyasaları Aracılık Hizmetleri kıdemli yöneticiliğini yürütmüştü. HSBC bünyesine 2006 yılında katılan Mustafa Aşık, 2006-2012 yılları arasında HSBC New York'taki kıdemli yönetici ve şube müdürlüğü görevlerinin ardından Türkiye ekibine dahil olmuştu. 2006-2008 yılları arasında HSBC sponsorluğunda Rochester Institute of Technology'de executive MBA yapan Aşık, HSBC'ye katılmadan önce 2002 ile 2006 yılları arasında JP Morgan Chase Bank New York'ta şube müdürlüğü, öncesinde de müşteri ilişkileri yöneticiliği gibi çeşitli kademelerde çalıştı. Marmara Üniversitesi İktisat Fakültesi mezunu Mustafa Aşık, 1998-2002 döneminde ise Citibank New York'ta finansal analist olarak görev yapmıştı.

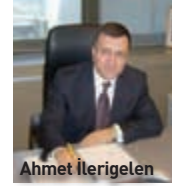
Aktif Bank yönetici okulu oldu



Uğur Delikanlı

Aktif Bank'ta Genel Müdür Yardımcısı olarak görev yapan İhsan Uğur Delikanlı, merkezi Selanik'te bulunan Karadeniz Ekonomik İşbirliği Bankası'na genel müdür olarak atandı. Aktif Bank'ta iştiraklerden sorumlu olarak görev yapan Delikanlı, öncesinde ise BDDK'da başkan yardımcılığı yapmıştı. Son dönemde Aktif Bank'tan sektörün farklı kesimlerine yönetici transferleri dikkat çekmeye başladı. Daha önce Aktif Bank'ta bölüm başkanı olarak görev yapan İzzet Metcan, ABank'a Perakende Bankacılıktan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak geçmişti. Kısa bir süre sonra Hakan Kurtoğlu da Turkish Bank Genel Müdür Yardımcısı olarak transfer oldu. Aktif Bank çalışanlarından Sefa Şen, Ziraat Leasing Genel Müdür Yardımcısı olurken; Gürol Güngör ve Doğan Akay da Credit West Bank genel müdür yardımcılıklarına atandı. Yine bankanın yöneticilerinden Mehmet Taze Carbotech Genel Müdürü, Bahadır Koçtürk de Verisoft Genel Müdürü olarak transfer oldular. Ancak Koçtürk, bu görevinden kısa bir süre sonra ayrıldı. Aktif Bank İnsan Kaynakları Grup Başkanı Yıldırım Ulusoy, transferlerle ilgili PSM'ye şu açıklamayı yaptı: "Aktif Bank bir okul ve ekol oldu. Rekabetçi bir ortam ve çalışanlara iyi koşullar sunup önlerini açıyoruz. İş yasaları olan sanırım tek bankayız. Her sabah 9.15'te bu yasalarımızdan birini tüm çalışanlarımız kendi gruplarında tartışıyor. Çalışanları daha iyi sonuçlar üretmeye yönelik birçok teşvik programımız da var. Bankamızdaki iş kültürüyle yoğrulan çalışanlarımız önemli terfiler alarak bizden ayrılıyor ve biz bundan memnuniyet duyuyoruz."

► Ahmet İlerigelen, Şekerbank'ta



Ahmet İlerigelen

Halit Haydar Yıldız'ın Genel Müdür olarak atanmasıyla sektörün önde gelen isimlerini bünyesine

katmaya başlayan Şekerbank, Ahmet İlerigelen'i de transfer etti. Sektörün deneyimli ismi İlerigelen, Şekerbank Genel Müdür Yardımcısı olarak atandı. 1961 yılında doğan ve 30 yılı aşkın bankacılık tecrübesine sahip olan İlerigelen, sektörün duayen isimlerinden biri. İlerigelen, İstanbul Üniversitesi İşletme-Maliye Bölümü'nden mezun olduktan sonra İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi'nde para ve banka konularında yüksek lisansı yaptı. Bankacılık kariyerine 1983 yılında Yapı Kredi'de başladı ve genel müdür yardımcılığına kadar yükseldi. 2007 yılında Yapı Kredi Koç Grubu'na satılıp yönetim kadrosu değişince Tekstilbank'a transfer oldu. 2010 yılına kadar Tekstilbank'ta operasyonlar ve krediler grubundan sorumlu genel müdür yardımcısı olarak görev yaptıktan sonra Fiba Grubu'na katıldı. 2010 yılında bu grubun sahibi olduğu Credit Europe Bank'ta görev aldı. Millennium Bank'ın satın alınıp Fibabanka'ya dönüştürülmesinin ardından bu bankanın icra kurulu üyesi ve kredilerden sorumlu genel müdür yardımcısı oldu. Ahmet İlerigelen, geçen şubat ayında bu görevinden ayrılmıştı.

“Akılcı bir yaşam için İnovasyon”



CARDTEKGROUP

INNOVATION FOR A SMARTER LIFE

Cardtek Group'un “Akılcı bir yaşam için İnovasyon” hedefi ile ödeme sistemleri sektöründe gerçekleştirdiği ilkler, 2013 yılında da ulusal ve uluslararası bir çok değerli kuruluş tarafından ödüllendirildi. Grup şirketlerimiz adına aldığımız bu ödülleri paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz...

EBA European Business Awards 2013 - İnovasyon Kategorisi Ulusal Şampiyon ve Ruban d'Honneur
ACT Canada Innovation Award 2013 - PALMARIS - Anında Kart Basım Sistemi Ödeme İnovasyonu (Everlink)
Deloitte Technology Fast50 2013 Ödülü - Fast50 Türkiye Kazananı
SESAMES Awards 2013 - TV Commerce - e-commerce Finalist
TESİD Yenilikçilik Yaratıcılık Ödülleri - ManageATM - Yenilikçi Ürün Ödülü
ISO İnovasyon Ödülleri 2013 - İnsan Kaynağı - İnovasyon Ödülü



Taksit yasağı ticari kart kullanımını artırdı



Ekonomi yönetimi kredi kartlarına taksit sınırlaması, bazı ürünlere de taksit yasağı getirmiş; ancak Mayıs ayında bir sürpriz yaparak ticari kartları yasağın dışında tutmuştu. İşte bunu fırsat bilen işletme sahipleri ticari kredi kartına yüklendi. Geçen yılın Haziran ayına göre ticari kredi kartı sayısı yüzde 28, bu kartlarla yapılan taksitli ödeme tutarı da yüzde 43 arttı...

ESİN GEDİK - egedik@psmmag.com

iç tüketimi kısmak için 2014 yılı başında getirilen kredi kartı taksit sınırlaması ve yasağının sonuçları rakamlara yansıyor. Bankalararası Kart Merkezi (BKM) ve BDDK tarafından düzenli olarak açıklanan ve bizim de her ay sizinle paylaştığımız rakamlara göre yasaklar işe yaradığı görünüyor. Taksit sayısı azalırken banka kartı kullanımının gittikçe arttığını görüyoruz.

Ekonomi yönetimi taksit konusundaki kararlılığını birçok sektörün itirazına karşı korudu ve geri adım atmadı. Ta ki Mayıs ayında açıkladığı bir genelgeyle farklı bir kapı aralayana kadar...

Söz konusu genelgeyle son yıllarda kullanımı artan ancak beklenen düzeyde olmayan ticari kredi kartları taksit yasağının dışında tutuldu. Bir süre bu alandaki rakamların oluşmasını, bu genelgenin kart kullanımına nasıl yansıtacağını bekledik ve ilk rakamlar açıklandığında bir sürprizle karşılaşmadık. Ancak 2013 ve 2014 yılı Haziran aylarının karşılaştırmalı verileri, ticari kredi kartı kullanımında ciddi bir yükseliş olduğunu ortaya koydu.

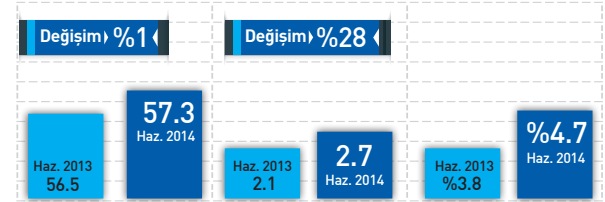
Kart sayısı da ödeme tutarı da arttı

BKM'nin açıkladığı kartlı ödeme sistemleri verilerine göre, 13 Mayıs 2014 tarihinde yayımlanan yönetmelikle taksitli ödemelerde sektör ayrımı kaldırılan ticari kredi kartlarının kullanımı giderek artıyor. Toplam kredi kartı ödemelerinin 2013 yılının aynı ayına kıyasla yüzde 11 büyüdüğü Haziran 2014'te, ticari kredi kartlarıyla yapılan ödemeler yüzde 42 artış kaydetti. Artış hızı çok yüksek ama yine BKM'nin verilerine dönersek, Türkiye'deki 57.3 milyon kredi kartının sadece 4.7'sinin ticari kartlardan oluştuğunu görüyoruz.

Ticari kredi kartı sayısındaki artış da dikkat çekici düzeyde. 2013 yılının Haziran ayına kıyasla ticari kredi kartı sayısındaki

artış yüzde 28 oldu. Gelecek aylarda bu artışın da hızlanacağını tahmin etmek zor değil.

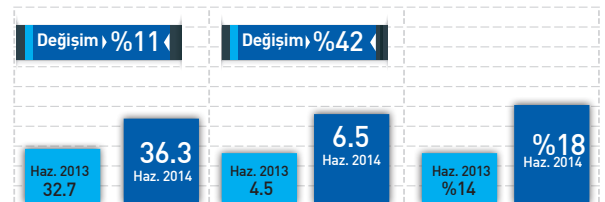
Kredi kartı sayıları ve ticari kredi kartlarının payı



Toplam kredi kartı sayısı (Milyon adet) Ticari kredi kartı sayısı (Milyon adet) Ticari kredi kartlarının toplam içindeki payı

Kredi kartları içinde sayıca payı artan ticari kredi kartlarının toplam ödeme tutarındaki payı da büyüyor. Haziran ayında tüm kredi kartlarıyla 36.3 milyar TL tutarında ödeme yapıldı. Bu ödemelerin yüzde 18'inde ticari kredi kartları kullanıldı. 2013 yılının Haziran ayına göre tüm kredi kartlarıyla yapılan ödeme tutarı yüzde 11 artış kaydetti. Buna karşılık ticari kredi kartlarıyla ödeme tutarında yüzde 42 oranında büyüme gerçekleşti.

Kredi kartlarıyla ödeme tutarında ticari kredi kartlarının payı



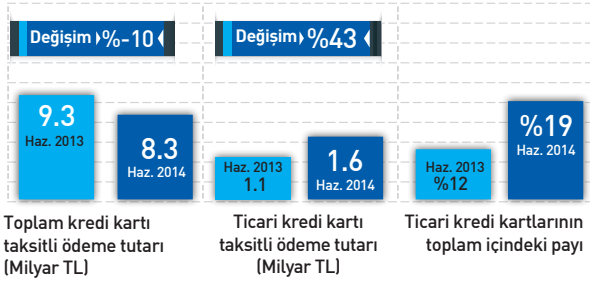
Kredi kartları toplam ödeme tutarı (Milyar TL) Ticari kredi kartları ödeme tutarı (Milyar TL) Ticari kredi kartlarının toplam içindeki payı

Taksit içindeki payı yüzde 19

Taksitli ödeme verileri incelendiğinde de ticari kredi kartlarının artan önemi dikkat çekiyor. Taksitli ödemelerde 1 Şubat 2014 tarihinde yürürlüğe giren taksit düzenlemesi sonrasında başlayan daralma haziran ayında da devam etti ve bir önceki yılın aynı ayına kıyasla taksitli ödemeler yüzde 10 azaldı. Buna karşılık ticari kredi kartlarıyla yapılan taksitli ödemeler yüzde 43 büyüme gösterdi.

Bu artışta 13 Mayıs 2014 tarihinde ticari kredi kartlarıyla sektör kısıtlaması olmaksızın taksit yapılabileceğine dair düzenlemenin etkisi oldu. Toplam taksitli ödeme tutarı azalırken ticari kredi kartlarının kullanımının artması sonucunda taksitli ödemeler içerisinde ticari kartların payı da yüzde 19'a yükseldi. Bu oran 2013 yılının haziran ayında yüzde 12, 2014 yılının mayıs ayında ise yüzde 16 olarak gerçekleşmişti

Kredi kartlarıyla taksitli ödeme tutarı ve ticari kredi kartlarının payı



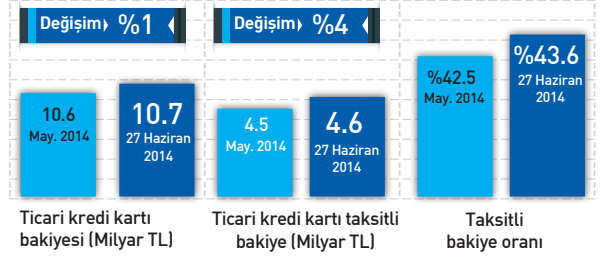
Ocak 2014'te yüzde 31'e kadar yükselen ve taksit düzenlemesi sonrasında gerileyen taksitli ödemelerin toplam kredi kartı ödemeleri içindeki payı haziran ayında yüzde 23 oldu. Bu oran 2013 yılının haziran ayında yüzde 29 olarak gerçekleşmişti.





Ticari kredi kartları için BDDK verileri incelendiğinde ise Mayıs sonuna kıyasla artış olduğu görülüyor. Ticari kredi kartı bakiyesi yüzde 1 büyürken taksitli bakiye yüzde 4 arttı.

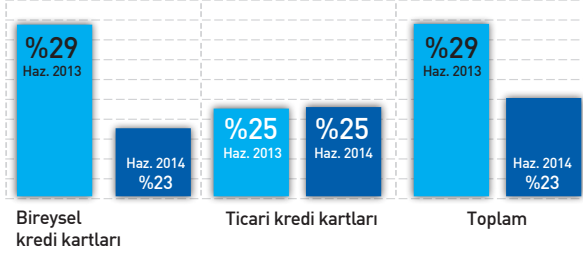
Ticari kredi kartı bakiyesi ve taksitli bakiyenin gelişimi



Kaynak: BDDK

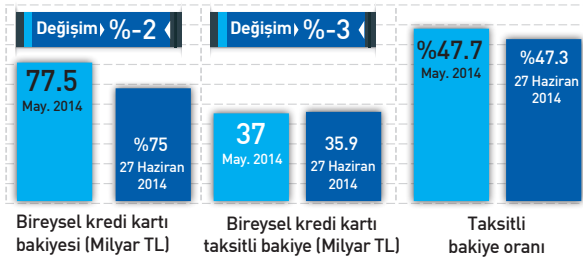


Taksitli ödeme oranı



Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu'nun (BDDK) açıkladığı kredi kartı bakiye değerleri incelendiğinde, bireysel kredi kartlarında daralmanın sürdüğü görülüyor. Mayıs sonunda 77.5 milyar TL olan bireysel kredi kartı bakiyesi, 27 Haziran 2014 itibarıyla yüzde 2 azalarak 75.9 milyar TL'ye geriledi. Aynı dönemde taksitli bakiye oranı da yüzde 47.7'den 47.3'e düştü.

Bireysel kredi kartı bakiyesi ve taksitli bakiyenin gelişimi



Kaynak: BDDK



KARTLARIN CEPTE, ALIŐVERIŐIN SENİNLE!

BKM Express uygulamasını indir,
kart bilgisi vermeden, istediğin kartı
seçerek mobil alışverişlerinin ödemesini
cepten, tablettten kolayca gerçekleştir.



Ücretsiz uygulamayı indirmek için:



BKM
express

bkmexpress.com.tr

PASSOLİG

İçin avize dükkanında model uçak uçurduk”

Aktif Bank, bir yatırım bankası olarak kart çıkarma hakkını nasıl aldı? BDDK lisansı, Visa ve MasterCard sertifikasyonları, anında kart basımı, sanal ve fiziki POS işlemleri, milyonlarca kartı yönetebilecek teknolojik altyapı sadece 7.5 ayda nasıl mümkün olabildi? **BARIŞ BEKAR** - bbekar@finansgundem.com



Enis Tuna

Özgür Gündoğan

O kurlarımız hatırlayacaktır, haziran sayımızda Passolig hakkında ayrıntılı bir habere yer vermiştik. E-Kent Yönetim Kurulu Üyesi Murat Emre Duman ve Passolig Genel Müdürü Özgür Gündoğan ile görüşmüş; bu uygulamanın hangi ihtiyaçtan yola çıkarak nasıl geliştirildiğini, neleri amaçladığını, Türk spora, taraftarlara, ekonomiye neler getireceğini ayrıntılarıyla işlemiştik. Duman ve Gündoğan, kamuoyunun farklı kesimlerden gelen tepkileri, itirazları, iddiaları da içtenlikle yanıtlamıştı...

AĞUSTOSLA BİRLİKTE REKLAM BOMBARDIMANI BAŞLIYOR

Passolig için ağustos ayından itibaren yoğun bir reklam ve tanıtım kampanyası başlatılacak. Enis Tuna, ünlü bir ismin rol alacağı reklam filmleriyle şu mesajların verileceğini anlatıyor:

“Öncelikle TC kimlik numarası olarak kimseyi fişlemediğimizi vurgulayacağız. Bu kartların ulaşımında da kullanılacağını anlatacağız. Sporda şiddetin biteceğini ise ‘Başkan artık sık sık anons yapmak zorunda kalmayacak, koltuğunda maç seyrebilecek’ mesajıyla vereceğiz. Tabii bu kartların alışverişlerde kullanılabileceğini, indirimler, hediyeler sunacağını da anlatacağız.” Altın Puan uygulaması da ayrı bir reklamla duyurulacak. Tuna ayrıca, futbolda şiddetsiz, küfürsüz yeni dönemi anlatan bir kamu spotunun hazırlandığını söylüyor. Sosyal medyadaki tanıtım ve reklamlar da ağustos ayından itibaren Facebook, Twitter gibi mecralarda boy göstermeye başlayacak.

PASSOLİG'DEN İKİ YENİ KAMPANYA: ALTIN PUAN, TARAFTAR PUAN

Aktif Bank, Passolig kredi kartı sahipleri için iki yeni kampanya başlatıyor. Bunlardan Altın Puan, her alışverişte harcama tutarına göre altın kazandırıyor. Altın Puanların tutarı 1 grama geldiğinde kart sahibi, istediği noktadaki harcamasında kullanabiliyor. Çeyrek altın değerine ulaştığında ise yine istediği yerden fiziki altın satın alabiliyor. Taraftar Puan da yine harcadıkça birikiyor. Taraftarlar bu puanlarını bilet alırken kullanabiliyor. Ancak asıl avantajı, herkesin alamadığı bazı özel ürünlere sahip olma, özel organizasyonlara katılma fırsatı sunması. Enis Tuna, "Örneğin Beşiktaşlı Passolig sahibi Demba Ba'nın, Galatasaraylı da Sneijder'in maçta giydiği formayı terli haliyle alabileceğini" diyor. Passolig kredi kartları, arka yüzündeki QR kod ve barkod sayesinde kişiye özel, alışveriş anında indirim gibi avantajlar da sunuyor.



Bu sayımızda ise Passolig kartlarının teknolojik altyapısının kimler tarafından ve nasıl kurulduğunu masaya yatırıyoruz. Aktif Bank Perekende Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Enis Tuna ve SmartSoft Genel Müdür Özgür Altuntaş'a, daha önce kredi kartı ve banka kartı basmayan bir yatırım bankasının, sadece 7-7.5 ayda milyonlarca kredi kartını çıkarıp yönetebilecek yapıya nasıl kavuştuğunu sor-

duk...

İhale ihale doğurdu, takımlar yükten kurtuldu

Önce haziran sayımızdaki haberimizi okumayanlar, uygulamanın ayrıntılarını bilmeyenler için Passolig'i kısaca anlatmamızı istiyoruz Enis Tuna'dan. Bu uygulamanın temelini 6222 sayılı "Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun"un oluşturduğunu hatırlatan Tuna, Çalık Grubu ve Aktif Bank'ın Passolig ihalesini alma sürecini şöyle özetliyor: "6222 sayılı yasa çıktıktan sonra bu yasanın uygulamasıyla ilgili yetki spor federasyonlarına devredilmişti. Şiddet ve düzensizlik en çok futbolda yaşandığı için de ilk adımı yasadan aldığı yetkiyle Türkiye Futbol Federasyonu (TFF) attı. TFF önce çok ayrıntılı bir teknik şartname yayınladı. Bu şartname tüm Spor Toto Süper Lig ve PTT 1. Lig takımlarının stadyum altyapılarının kurulmasını kapsıyordu. Neydi bu altyapılar? Tüm statlar için kablolu işleminin yapılması, kamera sistemlerinin kurulması, kapı geçiş sistemlerinin entegrasyonunun sağlanması ve operasyon odalarının oluşturulmasıydı. TFF, bu altyapıyı kurup yönetecek şirketi belirlemek için bir ihale açtı. İhaleye Aktif Bank, iştiraki olan E-kent katıldı ve



PASSOLİG
Spor ve Eğlenceye Giriş Kartı



100 milyon TL bedelle kazandı. İhale uyarınca tüm statların teknolojik altyapısı kurulacak, TFF de kulüplerden, dolayısıyla taraftarlardan yapacağı kesintilerle, kaynakla bu maliyeti çıkarmaya çalışacaktı. İşte bu noktada, projenin finansmanı için ödeme sistemlerinin de devreye gireceği bir formül ortaya atıldı. Zaten kanunda ve şartnamede sistem 'e-bilet' şeklinde tanımlanmıştı. Yani biletlerin bir kart üzerine elektronik olarak yüklenmesini ve şahsa özel tanımlanmasını öngörüyordu. Bu elektronik biletlerin aynı zamanda ön ödemeli (prepaid), banka (debit) veya kredi kartı şeklinde kullanılmasının önünde hiçbir engel yoktu. Bunun üzerine federasyon, statların 100 milyon TL'lik altyapı maliyetinin çıkarılabileceği, aynı zamanda kendinin, futbol kulüplerinin ve Türk sporunun da kazançlı çıkacağı bir finansal sponsorluk ihalesi açtı. Bu ihalenin şartı da şuydu: Visa ve MasterCard logolu bir elektronik kart sisteme sokul-

sun, bu karta aynı zamanda elektronik bilet yüklenebilsin, taraftar da ödeme sistemlerinin farklı alanlarında kullanabilsin. İhale için birçok banka şartname aldı ve inceledi. Ancak çoğu bu yapının ön ödemeli ve banka kartı ağırlıklı olacağını düşünüp, yüklü maliyetin altına girmek istemediği için çekildi. Aktif Bank, bu ihalede dört-beş bankayı yanına alıp bir konsorsiyum kurarak PTT Bank yarıştı. Ancak ihale öyle sanıldığı gibi kolay geçmedi; tam 104 tur süren kırana kırana bir yarış oldu. Sonuçta biz finansal sponsor olarak en iyi teklifle ihaleyi kazandık. Projenin stadyum yatırımları dahil toplam yatırımı yaklaşık 200 milyon doları buldu.”

Guinness Rekorlar Kitabı'na girebilir!

Artık sıra Aktif Bank'ın kart süreçleriyle ilgili iş ortağını seçmesine gelmişti. Bu noktada banka, daha önce de birlikte çalıştığı çözüm ortağı, Cardtek Group şirketlerinden SmartSoft ile anlaştı. Aktif Bank ve SmartSoft'tan bu iş için geniş bir ekip oluşturuldu. Bu ekip, Aktif Bank'ta deyim yerindeyse kampa girdi ve hafta sonu, bayram tatili demeden 7-7.5 ay gibi kısa bir sürede, anlık kart basımından sanal ve gerçek POS işlemlerine kadar tüm süreçlerin şartnameye uygun olarak yönetilebileceği yapıyı kurup, sorunsuz şekilde çalışır hale getirdi. BDDK lisansı, EMV (Europay, MasterCard ve Visa) sertifikasyonlarının alınması süreçleri de hızla tamamlandı. Enis Tuna, BDDK lisansının ardından MasterCard sertifikasyonunu en hızlı alan banka olduklarını vurguluyor ve “Türkiye'deki kredi kartı çıkarma hakkı olan ilk ve tek yatırım bankasıyız” diye de ekliyor. Bu noktada sözü alan Özgür Altuntaş ise ekibin yaptığı işi ilginç bir örnekle şöyle anlatıyor:





AKTİF NOKTA SAYISI 10 BİNE ULAŞACAK

Aktif Bank, başta bakkallar olmak üzere 3 bin 500 lokasyona Aktif Nokta kurdu. Para yükleme, kart bilgilerini ve işlem bilgilerini görmenin yanı sıra kredi başvurusu gibi birçok işlemin yapılabileceği bu noktaların sayısı 2014 sonuna kadar 10 bine ulaşacak. Ayrıca 4 bin 200 PTT Bank şubesi, Aktif Bank ve Akbank ATM'lerinden de Passolig kartlarına para yüklenebilir.

Passolig kartları için gerekli bilgiler ve fotoğraf, www.passolig.com.tr internet adresinde online yüklenebilir. Kartlar istenirse kuryeyle sahibinin adresine gönderiliyor, istenirse stat gişelerinden, Aktif Bank ve PTT Bank şubelerinden temin edilebilir.

“7 ayda neredeyse Türkiye nüfusu kadar, 70 milyon kartın tüm süreçleriyle sorunsuz yönetilebileceği bir altyapıyı Aktif Bank'ta kurduk, sanırım bu kadar kısa sürede bu başarıyı yakalamış dünyada başka bir örnek yoktur. Guinness Rekorlar Kitabı'na başvursak yeri var. Çok hassas testlerin yapıldığı, hata yapma riskinin hiç olmadığı bir projeden bahsediyoruz. Yaptığımız işi avize dükkanında model uçak uçurmaya benzetebiliriz. 100'e yakın proje eşzamanlı yürütüldü ve olabilecek en iyi altyapı kuruldu.”

Passolig banka ve kredi kartlarının altyapısı SmartSoft'un OCEAN platformu üzerine kuruldu. OCEAN, halen başta Yapı Kredi'nin Worldcard'ı olmak üzere 9 bankanın kullandığı uçtan uca bir kart platformu. Ön ödemeli yani sadece para yüklenerek kullanılabilen Passolig kartları içinse Intra-Card platformu kullanıldı.

POS şirketi satın alıp Ingenico ile evlendirdiler

Aktif Bank, Passolig kartlarını Plastkart ve E-Kart'a üretiyor. Bankada, stat gişelerinde anında kart basımı ise SmartSoft'un Palmiris yazılımını kullanan Zebra kart basım makineleriyle yapıyor.

Aktif Bank, Passolig kartlarıyla bilet alımları ve online ortamda yapılan harcamalar için yine SmartSoft'un sağladığı altyapıyla, 3D (üç boyutlu) çalışan sanal POS sistemini kurdu. Fiziki POS'lar içinse PAVO markası satın alındı ve bu

şirket Ingenico ile birleştirilerek yakında artması planlanan alışverişler ve üye işyerleri için cihaz temini garantiye alındı. Tuna, bu POS'ların, tamamı temassız özellikli olan Passolig kartlarıyla sorunsuz işlem yapabilecek özellikte ve piyasanın en iyi cihazları olduğunu belirtiyor. Söz konusu POS'lar üye işyerlerine; fatura ödetme, kredi başvurusu yaptırma gibi katma değerli birçok hizmet sunma fırsatı da verecek.

Passolig her yerde geçen ulaşım kartı olacak

Aktif Bank'ta SmartSoft proje ekibinin bir kısmı hala çalışmalara devam ediyor. Enis Tuna, ligler başlamadan; data merkeziyle, test ekibiyle, saha ve operasyon çalışanlarıyla maç günlerindeki en yoğun işlem trafiğini bile sorunsuz yönetebilecek yapının hazır olduğunu vurguluyor.

Aktif Bank'ın Spor Toto Spor Lig ve PTT 1. Lig takımları için finansman sponsorluğu 10 yıl sürecek. Banka, daha önceki haberimizde de belirtildiği gibi Türk futboluna 10 yılda 400 milyon TL kaynak aktarmayı hedefliyor. Burada Aktif Bank'ın kazancı ise yatırım bankacılığının yanı sıra Passolig sayesinde güçlü bir bireysel oyuncu haline gelmesi ve milyonlarca kredi kartı müşterisi potansiyeline kavuşması oldu. Tuna, Passolig'i Türkiye çapında kullanılabilir bir ulaşım kartı haline getirerek bu potansiyeli daha da arturacaklarına inanıyor. Kardeş şirket E-Kent'in toplu ulaşım hizmeti verdiği, başta Ankara olmak üzere birçok şehirde Passolig kartları ulaşımında kullanılabilir.

Bu konuda İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve onun iştiraki Belbim'le de görüşmelerin sürdüğünü söyleyen Tuna, “Olumlu bir aşamaya geldik. Asis ve Kent Kart'la da görüşüyoruz. Gelirin nasıl paylaşılacağı konusunda

fikir alışverişi yapıyoruz. Umuyorum Passolig, tüm Türkiye'nin toplu ulaşımında kullanılabilir bir kart olacak” diyor.





Emre Ergün

Hedef noktasını ticari bankacılık, hedef kitlesini de KOBİ'ler olarak belirleyen Fibabanka, sektörün 'en hızlısı' olmayı kafasına koydu. Genel Müdür Yardımcısı Emre Ergün, "Kısa bir süre sonra çıkaracağımız ticari kredi kartıyla da bu iddiamızı ortaya koyacağız" diyor...

ESİN GEDİK - egedik@psmmag.com

Fibabanka da daha önce Finansbank'ı yoktan var eden ve Yunanlılara rekor bir fiyata satan Hüsnü Özyeğin'in eseri. Hatırlanacağı gibi Özyeğin, 2006 yılındaki bu satışın ardından 3 yıl bankacılık yapmayacağına dair söz vermişti.

Dediğini de yaptı ve 4 yıl bekledikten sonra 2010'da, 7 yıldır Türkiye'de faaliyet gösteren Portekizli Millennium Bank'ın Türkiye birimini satın alarak bankacılığa döndü. Yasal prosedürün ardından 2011 yılında bankayı holding bünyesine katan Özyeğin, adını da Fibabanka olarak değiştirdi.

Bugün 60 şubeye ulaşan Fibabanka, hedefini ticari bankacılık, hedef kitlesini de KOBİ'ler olarak belirledi. Misyonunu müşterilerinin taleplerini "en hızlı" çözen banka olarak özetleyen Fibabanka Bireysel Bankacılıktan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Emre Ergün, hedef müşteri kitlesi olarak belirledikleri KOBİ'lerin de en büyük talebinin hız olduğunu belirtiyor. Bugüne kadar bireysel bankacılık alanındaki eksik ürün ve hizmetleri tamamladıklarını söyleyen Ergün, "Artık



sıra ticari bankacılık tarafına geldi, ürün portföyümüzü hızla tamamlamaya çalışıyoruz" diyor.

Emre Ergün ile Fibabanka'nın bugün ulaştığı durum, hedefleri ve ödeme sistemlerini konuştuk.

3 yılda Fibabanka'da neler oldu, neler değişti?

2011'de bankayı devraldığımızda 18 şubemiz vardı. İlk yıl kurumsal ve ticari bankacılık ağırlıklı geçti, ardından 2012'de benim bankaya katılmamla birlikte bireysel ve KOBİ bankacılığına da giriş yaptık. Bu süre içinde bankanın tüm sistemini değiştirdik, altyapısını yeniledik. Perakende bankacılık anlamında eksikliklerimizi saptadık ve onları giderdik. Tüm bunlar olurken de şube sayımızı artırdık. Bu yılı 70'ye yakın şubeyle kapatacağız.

ZİRAAT MÜHENDİSLERİ İÇİN MT PROGRAMI BAŞLATILDI

Hangi yörede hangi ürünler ekiliyor; ekim zamanı, hasat zamanı nasıl belirleniyor?

Bu konuda ciddi bir bilgi birikimi oluştu bankada. Tarım bankacılığı yapan şubelerimizde ziraat mühendisleri görev yapıyor. Devam eden bir ziraat mühendisi MT (yönetici yetiştirme) programımız var, eleman arıyoruz oraya. Bu yıl ilkini başlatıp bir eğitim modülü oluşturduk. Yeni mezun olan ziraat mühendislerini çağırıyoruz. Halen 6 ziraat mühendisimiz var, bunlara 20 kişi daha ekleyeceğiz. Ancak beklediğimiz kadar başvuru alamadık henüz. Ziraat mühendislerine ulaşmakta biraz zorlanıyoruz. Sanıyorum bankaları bir iş kapısı olarak görmüyorlar henüz. Oysa biraz banka ilanlarına bakarlarsa iş olanaklarını görebilirler. Güzel bir pozisyon ama yeterince başvuru yok.

Hedefinizi KOBİ ve ticari bankacılık olarak belirmişken neden ilk etapta bireyselle ağırlık verdiniz?

Bunun birkaç nedeni var. Millennium Bank'tan gelen bireysel müşteri portföyümüz vardı. Öncelikli olarak onların beklentilerine yanıt vermemiz gerekiyordu. Örneğin kredi kartımız vardı ama taksit ya da başka özelliği yoktu; Bonus ailesine katıldık. Debit (banka) kartlarının altyapısını değiştirmemiz gerekiyordu, değiştirdik. Bunlar da zaman alan konular halile...

Sıra yeni müşterilerimize geldi; şirketler için banka kartı çıkardık. Ancak hem bireysel hem de şirket banka kartlarımızın bir özelliği var; ATM sayımız az olduğu için müşterilerimiz istedikleri bankanın ATM'sini hiçbir ücret ödmeden kullanabiliyor. Burada oluşan maliyeti biz karşılıyoruz. Öte yandan şirket banka kartı olan müşterilerimiz, tüm tahsil çeklerinin işlemlerini ücretsiz olarak şubelerimizde yapabiliyor.

Bu özelliğimiz de ilgi gördü ve birkaç ay içinde şirket banka kartı sayımız 1.500'ü geçti. Bu arada bankanın POS'u da yoktu, onu da çıkardık. Şu anda yazarkasa POS için çalışıyoruz ama o



FİBATARIM
Bilginin ışığıyla
Çiftçinin yanında!

Bilgimizin gücüyle, bu ülkenin tarımına can veren tüm çiftçilerimizin ve yatırımcılarımızın yanındayız.
FibaTarım'la çiftçiler büyüyor, yatırımlar artıyor, Türkiye kazanıyor.

FibaTarım
Çiftçiye destek. Tarıma yatırım

fibabanka.com.tr 444 88 88

Fibabanka

konuda fazla acele etmiyoruz. 2015'te bu ürünümüzü de kullanıma sunacağız.

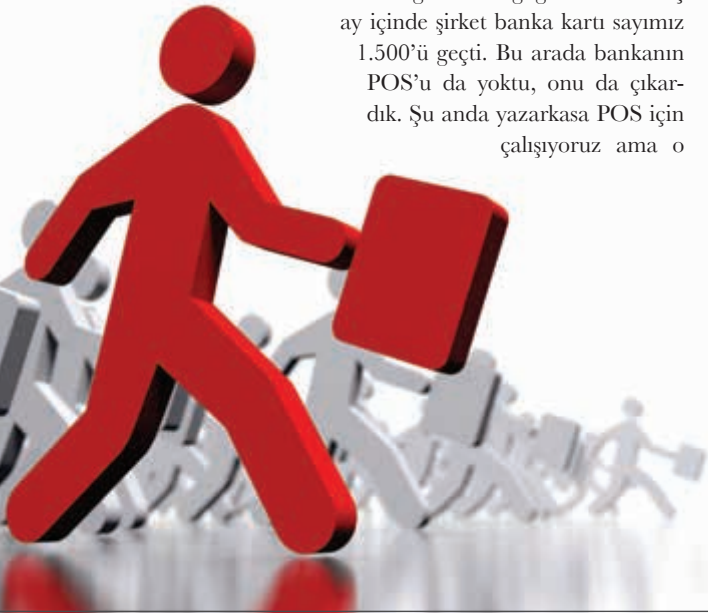
O zaman orta vadeli hedefiniz KOBİ bankacılığı, burada neler yapacaksınız?

KOBİ bankacılığına başladık bile; hatta şu anda toplam krediler içindeki payı yüzde 25'e geldi, tüm bireysel bankacılıkta ise bu pay yüzde 35 oldu. 1.5 yıldır bu alanda hızlı büyüyoruz. Yeni açacağımız şubelerle büyümemizi daha da hızlandırmak istiyoruz. KOBİ'lerin en büyük talebi hız. KOBİ sahiplerine baktığımızda "benim bugün bir nakit ihtiyacım var, kim o işi çabuk hallederse onunla çalışırım" diyor. Biz bir yılda KOBİ bankacılığında yüzde 138 büyüdük, bu da hızlı hareket ettiğimiz gösteriyor. Şubelerimizde yetkiler fazla, pazarlama ekibimiz sürekli sahada, müşterilerin yanında olunca talepleri de hızla hareket ediyorsunuz, müşterinin sorununu çözünce diğer ürünlerinizi de rahatça verebiliyorsunuz.

"TARIM BANKACILIĞINA ÖZEL ÖNEM VERİYORUZ"

Bireyselde hazır müşteriniz varken neden KOBİ'leri tercih ettiniz?

KOBİ ve ticari bankacılıktaki potansiyeli bireyselde görmüyoruz. Bunun iki nedeni var; birincisi son yapılan regülasyonlarla birlikte bu alan biraz daha zorlaştı. Diğeri ise ölçek ekonomi çerçevesinde değerlendirdiğimizde çok fizibil olmadığı düşünülüyor. Ancak bireysel bankacılık kapsamında tarım bankacılığına özel önem vereceğiz. Bu yıl tarım bankacılığı şubelerimizi artırıyoruz. Geçen yıl 2-3 şubede test amaçlı başlamıştık, şu anda 10 şubeye ulaştık, yıl sonunda 15





olacak. Hatta sadece bu alana odaklanmış şubeler tasarlıyoruz.

Tarım sektörüne bankaların büyük ilgisi var ama bir yandan da ülke ekonomisinde tarımın ağırlığı azalıyor. Nasıl bir potansiyel görüyorsunuz?

Makro ölçekte öyle görünüyor ama bizim yapmaya çalıştığı-



mız şeyi şöyle özetleyeyim: Tarımda çok hızlı büyüyen bölgeler var, bunlardan biri de Güneydoğu Anadolu. Biz tarım bankacılığına bu bölgede başladık. Şanlıurfa Gaziantep, Diyarbakır gibi kentlerde GAP'ın sulanabilir alanlarının artırılmasıyla ciddi bir potansiyel oluştu. Bu bölgeye ciddi destek verdik. Diğer yandan ülkede 'iyi tarım' uygulamaları yaygınlaşıyor. Uluslararası standartlarda kabul edilen üretimin desteklenmesini içeren bu uygulama; modernleşme ve yeni ekilebilir alanların açılması açısından büyük önem taşıyor. İyi tarım, çiftçilerin finanse edilmesi için önemli bir alan olarak görüyoruz.

Ciddi bir rekabet söz konusu, bir de Ziraat Bankası gerçeği var. Nasıl rekabet edeceksiniz?

Haklısınız, Türkiye'de bir Ziraat Bankası gerçeği var; tarımdaki payı yüzde 60 düzeyinde. Devletin elinde böyle bir kurum var ve çiftçiye destekliyor. Ancak bu sadece Türkiye değil dünyada da böyle. Devletler çiftçiye, köylüye kalkındırmayı, destek vermeyi devlet bankaları eliyle yürütüyor. Bu durum özel bankalar açısından bir handicap oluşturmuyor. Yine Güneydoğu'dan örnek vereyim; ciddi bir finansman ihtiyacı var ve devlet bunu tek başına karşılayamıyor. Özel bankalar burada modernleşme, çiftçilerin daha da bilinçlenmesiyle ortaya çıkan ihtiyaçları karşılamak için devreye giriyor.

Tarım bankacılığı için özel bir kredi kartınız, diğer bankalardan ayrılan ürün paketleriniz var mı?

Aslında bankaların farklı uygulamaları var ama çoğu birbirine benziyor. Biz de hasat ve ekim dönemine göre ödemesi yapılan kredi paketleri sunuyoruz. Aynı uygulama turizm sektöründe de var. Ancak henüz bu alana özel bir kredi kartımız yok. Bankanın yatırım gücü belli, yapılacak çok sayıda işin olması nedeniyle sırayla ilerliyoruz. 2015 yılında bu kesime ilişkin de bir kredi kartı çıkaracağız, arkadaşlarımız üzerinde çalışıyor.

SÜRPRİZLİ TİCARİ KREDİ KARTI GELİYOR

Fibabanka, bireysel banka ve kredi kartlarının ardından şirket kredi kartlarını sunmak için gün sayıyor. Emre Ergün, "Sanıyorum ağustos sonuna doğru ya da eylül başında yeni şirket kredi kartının tanıtımını yapıyor olacağız. Bu ürüne ciddi bir yatırım yapıyoruz, farklı özellikleri olan bir kart olacak. Henüz tanıtımını yapmadığımız için özellikleri hakkında bilgi veremiyorum" diyor.

BU KART HER ŞİRKETE ŞART!

Fibabanka Şirket Banka Kartı



Fibabanka

fibabanka.com.tr 444 88 88

Kredi kartlarına taksit sınırlaması getirilmesi sizin stratejileriniz üzerinde etkili oldu mu?

Elbette oldu. Biz kredi kartını tamamlayıcı bir ürün olarak görüyor ve mevcut müşterilerimize çapraz satış yaparak tam bir Fibabankalı hale getirmek istiyoruz. Şu anda yeni bir bankanın bu yeni regülasyonlarla birlikte pazardan pay alması kolay değil. Türkiye'de "önce kredi kartını ver, ardından diğer

ürünlerle tamamlama" yaklaşımı var, bizse tam tersini yapıyoruz. Örneğin bizim için önemli ürünlerden biri bireysel emeklilik. Bu yıl en çok sattığımız ürün bu, hızla büyüyor. Bu konuda biraz farklı bir yönetim sistemimiz var. BES'teki fonların yönetimi önemli; katılımımızın yılda 4 kez fon değiştirme hakkı var; arkadaşlarımız bu konuda danışmanlık yapıyor. Şu anda 5 fonumuz var ve hepsinde de ilk 5 içindeyiz. Bu fonları şu anda Garanti Portföy yönetiyor. Yıl sonundan itibaren yönetimi Fiba Portföy'e geçecek. Tabii daha büyük şirketler daha konservatif olabiliyor, küçük olan daha hızlı hareket ediyor. Bizim iddiamız hızlı olmak.

Biraz da müşteri profilinizden söz eder misiniz, kimler sizle çalışmayı tercih ediyor?

Son dönemde bankamıza kazandırdığımız müşterilerin önemli bir kısmı KOBİ niteliğinde. Geçen aylarda 5 bin yeni KOBİ müşterisine ulaştık ki bu bizim ölçüğümüzde bir banka için oldukça iyi bir rakam. Bireysel bankacılıkta daha fazla müşterimiz var, orada kredi tarafında güçlü bir yapıya sahibiz. Bireysel bankacılık müşterilerimizin sayısı 60 bini geçti.

YENİLİK TAMAM DA ONU NE KADAR KULLANIYORUZ?

Ödeme sistemleri konusunda dünyada örnek alınan uygulamalarımız var. Siz de mobil ödeme konusunda müşterilerinize yeni hizmetler, ürünler sunacak mısınız?

Öncelikle ben bu konudaki deneyimlerimden söz edeyim. Örneğin biz kredi kartlarında Romanya'da pazar lideri, Rusya'da da ilk 10 içindeyiz. Yurtdışındaki uygulamaları yakından biliyorum. Türkiye'de inovasyon alanında çok hızlı bir gelişme oldu ancak bir handikap var; kullanım oranları düşük. Şu anda inovasyonu kullanılır kılmak tüm sektörün görevi. Visa, MasterCard, BKM bu konuda ciddi çalışmalar yapıyor.

Doğru, dünyanın neresine giderseniz gidin ödeme sistemleri konusunda herkes Türkiye'den söz ediyor. Ancak örneğin,

Kuzey Avrupa ülkelerinde kullanım oranları bizim çok üzerimizde. Bu konuda sektör olarak kafa yormamız gerekiyor. Bu biraz kültürle ve güvenle alakalı bir durum; toplum olarak yeniliklere biraz daha zor güveniyoruz. Sadece tüketiciler değil perakendeciler de alışkanlıklarından kolay vazgeçemiyor.

Fibabanka'nın bu süreçte önceliği ürünlerini tamamlamak ve mobil ödeme çözümlerini de müşterilerinin kullanımına sunmak. 2015'in ikinci yarısında bu alanda da hizmet vermeye başlamayı hedefliyoruz. İnternet bankacılığımızı revize ettik. Şu günlerde de mobil bankacılık konusunda çalışmalarımız var. Bunları bitirdikten sonra NFC, e-ticaret gibi alanlara gireceğiz.

Yazarkasa POS'un en yenisi Ankara'dan

Çin'deki 13 yıllık üretim ve elektronik tasarım tecrübesini Türkiye'ye taşıyan İnfoteks, Ankara'da 1 milyon akıllı cihaz üretme kapasiteli yeni bir tesis kurdu. Akıllı tablet ve cep telefonları üreten şirket, Fusions 410G markasıyla yeni nesil yazarkasa POS pazarına da iddialı bir giriş yaptı...

BARIŞ BEKAR - bbekar@finansgundem.com



İnfoteks için “Türkiye'nin gizli teknoloji markası” desek sanırsanız yanlış olmaz. Çünkü Çin'deki ve Türkiye'deki çalışan sayısına, fabrikalarının üretim gücüne, tasarım deneyimlerine karşılık kamuoyunda yeterince tanındığı söylenemez. Ancak bu durum önümüzdeki dönemde değişecek gibi görünüyor...

İnfoteks, 2002 yılında Çin'de MP3 çalar üreten bir tesise ortaklıkla başlayıp tablet ve cep telefonuyla büyüttüğü teknoloji üretimine şimdi de yazarkasa POS'u ekledi. Çin'de anlaşmalı olduğu markalar için teknoloji ürünleri tasarımı, cep telefonu ve tablet üretimi yapan ama kendi markasını “İnfotek” dışında fazla kullanmayan İnfoteks, Türkiye'de ürettiği Fusions markasıyla yeni nesil yazarkasa POS sektörüne girdi. Yeni nesil ödeme kaydedici cihazları (ÖKC) için gerekli onayları alan ve 1.000 adet cihazı test için piyasaya süren İnfoteks'in hedefi bu pazardan büyük bir pay almak... İnfoteks Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Mustafa Yavuz, Fusions'un üç farklı modelini 1.690 liradan başlayan fiyatlarla piyasaya süreçlerini söylüyor. Bunlardan Fusions Standart modelin fiyatı 1.690 lira. Profesyonel model 2 bin 100, Ultimate modeli ise 2.250 liradan satılıyor.

Piyasadaki rakiplerine bakıldığında Fusions'un fiyatı ucuz değil. Hatta çoğundan pahalı. “Ancak teknik özellikler karşılaştırıldığında farkımız daha açık ortaya çıkıyor” diyen Mustafa Yavuz, Fusions yeni nesil yazarkasa POS cihazlarıyla ilgili şu bilgileri veriyor: “Yeni nesil yazarkasa POS'lara baktığımızda işlemci hızlarından tutun da sistem mimarilerine kadar her ürünün çok farklı olduğunu göreceksiniz. Örneğin, işlemci hızı sadece 200 mhz olan yeni nesil yazarkasa POS'lar var. Bazıları 400 bazıları ise 500 mhz işlemciye sahip. Bizim cihazlarımızın işlemci hızı, mimarisi, işletim sistemi dahil olarak yeni nesil OKC platformunun gerekleri düşünüldükçe tasarlandı. Teknik olarak bakıldığında bazı markalar birçok açıdan S.O.S veriyor. Kullanıcılar bu özelliklerin çoğunun farkına varamıyor ama yazılım şirketleri önemini anlıyor. Entegrasyonlar için, yazılım geliştirme platformları ve cihazların donanımsal gücü olarak kıyaslandığında Fusions cihazlarımızın farkları ortaya çıkacaktır.”

Otoparkçılardan yoğun talep var

Fusions Yeni Nesil Yazarkasa POS'larda standart özelliklere ek olarak birçok ekstra işlev var. Dahili olarak QR kod, barkod,



İnfoteks'in ürün yelpazesinde otobüs ve otomobil koltuklarına monte edilen eğlence sistemleri, modemler, oteller için online ekran sistemleri de var...

kamera, GPS ve parmak okuma özellikleri, bu cihazların birçok sektörde olduğu gibi, otopark çözümlerinde de kullanılmasını sağlıyor. Mustafa Yavuz, şimdiden otopark işleten ve birçok belediyeden talep aldıklarını anlatıyor. Yavuz, "Birçok bölgede pilot uygulamalarımız başladı. Cihazlarımızda kamera, GPS, parmak izi, barkod okuyucu gibi ekstra özellikler var. İstendiğinde harici bağlantılar için, USB ve seri portlardan fatura yazıcı, terazi gibi birçok ürün entegrasyonunun da eklenebileceği yapıya sahip. Bu entegrasyonların yapılabilmesi sayesinde 'sabit kasa' olarak kullanılmasının önünde hiçbir engel yok. Nitekim yakın zamanda 'Fusions Desktop' adıyla da özel bir seriyi piyasaya sürme hazırlıyorduk" diyor.

Fusions yazarkasa POS cihazları hem tuşlu hem de dokunmatik özelliğe sahip. Yavuz, üst modellerdeki donanım özelliklerinin rakip markalara göre 2.5 kat daha fazla olduğunu vurguluyor: "Bu özelliklere karşı fiyatı daha yüksek de belirleyebirdik. Ama biz kullanıcıya daha fazla maliyet yüklemek istemedik. Türkiye'de kurulan üretim tesisimizin gücü, esnek üretim altyapımız ve ürünlerimizi mükelleflere ulaştırma gayretimiz bu fiyatlamaları yapmamızı sağladı. Bizim için önemli olan yüksek teknolojiyi uygun fiyata satmak, müşterilerimize maksimum katma değer sağlamak."

Parmak iziyle açılıyor, fotoğraf çekiyor

Fusions yazarkasa POS cihazlarındaki ekstra özellikler, kullanım alanlarına göre birçok kolaylık sağlıyor. Örneğin otoparklarda kullanılan bu cihazlar, yol üzeri otoparklarda park ücreti ödemekten kaçan araçların tespiti için kullanılabilir. Bu fotoğraflara ilgili otopark işletmesi bilgi işlem merkezleri aracılığıyla zaman dam-

gaları vurulabiliyor. Sonra da bu kayıtlar delil olarak kullanılıp otopark ücreti talep ediliyor. Yavuz, bu özellik için cihazın kapasitesinin ve işlemci özelliklerinin önemli olduğunu vurguluyor.

Parmak izi taraması ise çalışanlarının uzaktan kontrolü için önemli bir özellik. Şu An özellikle otoparklarda bu cihazı kullananların mesai başlama saatleri parmak iziyle kontrol ediliyor. Çalışanın görev yerinde olup olmadığı, cihazları otopark görevlisinin mi yoksa başkasının mı kullandığını an be an kontrol etmek mümkün. Yavuz, bu konuda yaşanan sıkıntıları ve Fusions cihazlarının getirdiği çözüm şöyle anlatıyor:

"Örneğin, belediyenin bir otopark çalışması başka işi olduğu günlerde, memleketine gideceğinde yerine bir arkadaşının bakmasını rica edebilir. Arkadaşın elbiselerini giyen ve cihazı eline alan o kişi otoparkçı gibi işlem yapabilir. İş bilmeyen, sigortası olmayan birinin otoparkta terminali eline alıp hizmet vermesi birçok açıdan sıkıntı yaratabilir. Hizmet standartlarını korumak ve suistimalleri engellemek için belediyeler, terminal cihazı açılırken cep telefonlarına SMS göndererek bu sorunu aşmaya çalıştılar. Ancak bazı çalışanlar buna da çözüm buldu. Arkadaşlarına telefon açıp 'Mesaj geldi mi' diye soruyorlar. Sonra da mesajdaki şifreyi alıp merkeze bildiriyorlar. İşte Fusions'un parmak izi okuma yöntemini GPS teknolojisiyle birleştiren teknolojisi buna çözüm getiriyor. Bu sistemde cihazı açabilmek için çalışandan parmak izini okutması isteniyor. Sonra GPS ile bu bilgi merkeze aktarılıyor ve doğrulama yapılıyor. Merkezdeki kişi bu yolla hangi otopark görevlisinin nerede, ne zaman çalıştığını da kontrol edebiliyor. Diyelim ki sabah geldi parmak izini bastı ve gitti. Onun da kontrolü var. Tıpkı ekran kilidinde olduğu gibi dönem dönem işlem yapılabilmesi için par-

"FATİH PROJESİ OLMASAYDI TASI TARAĞI TOPLAYIP GİDECEKTİM"

İnfoteks ve Mustafa Yavuz için önce FATİH projesi, ardından da yazarkasa POS zorunluluğu önemli bir dönüm noktası olmuş. İthalatçılıktan üretime geçişi Çin'de başlatan Yavuz, Türkiye'de üretim kararı aldıktan sonra bazı sıkıntılar nedeniyle bu pazardan çıkıp tamamen Çin'de büyüme kararı almış. Tam da o sırada FATİH projesi pilot alım ihalesi açılmış. İnfoteks, Koyuncu Elektronik ile birlikte 49 bin adetlik ilk parti tabletler için açılan ihaleye katılmış. Ortaklar birçok yerli büyük rakibin elendiği ya da çekildiği ihalenin son etabına katılmış ama kazanamamış. Ardından TÜBİTAK, toplamda 14 milyon tabletin "uzaktan yazılım yönetimi" için ihale açmış. İnfoteks, sadece yerli firmaların katılabildiği bu ihaleyi alan 3 yerli firmadan biri olmayı başarmış. Ardından yazarkasa POS da devreye girince Mustafa Yavuz, Türkiye'de kalmaya ve yatırım yapmaya karar vermiş.

Yavuz, yazarkasa POS işine neden girdiklerini şöyle anlatıyor: "Daha önce yazarkasa üretmedik ama Çin'de POS üretimi, mobil terminal üretimi ve POS entegratörlüğü konusunda deneyimimiz vardı. Bu konuda Çin'in ve dünyanın en büyük ödeme sistemleri kuruluşu Unipay'ın projelerinde uygulamacı olarak yer aldık. Yine 18-20 ülkeye hizmet veren, bir POS markası için tasarım da yaptık. Yazılım ve donanım konusunda alt yüklenicilik deneyimi edindik. Türkiye'de de böyle bir açılım olunca bu deneyimlerimizi buraya taşımaya karar verdik."





mak izi girilerek cihaz ekranının yeniden aktif edilmesi isteniyor. Cihazın ekranına örneğin 'İşleme devam etmek için parmak izini okut' diye yazı geliyor. Ayrıca diyelim ki cihaz kayboldu, parmak izi okuma özelliği sayesinde başkası kullanamıyor.”

Zorunluluk kapsamına girmeyenler de istiyor

Mustafa Yavuz, cihazın güçlü işlemci altyapısı sayesinde bu tür ekstra çözümlerin çok daha ileriye taşınabileceğini belirtiyor. Kargo şirketlerinin de zorunlu olmamasına rağmen bu cihazı talep ettiklerini anlatıyor. Şimdiden bu şekilde 100'den fazla Fusions terminal talebi gelmiş. Yavuz, “Bu ürünün işlevi sadece kartla işlem yapıp fatura bilgilerini GİB'e (Gelir İdaresi Başkanlığı) aktarmakla sınırlı değil. Mali amaçlar dışında da bu cihazı kullanmak isteyen sektörler var. Donanı ve altyapısı çok güçlü. Ana terminal olarak da kullanılabilir. Örneğin depo takibi yapılabilir. İçecek firmaları dağıtım kontrollerini yapabilir. Online araç stokları takip edilip, düşümleri sağlanabilir. WinCE altyapılı uygulamalar olması durumunda, bilgisayarla yapılan her şeyi bu cihaz üzerinden yapabilirsiniz” diyor.

Fusions 410G desktop kitleri geliyor

İnfoteks, sabit kasa kullanımında mükelleflerin ihtiyaçlarını düşünerek ürünlerine Fusions 410G desktop kitleri ile fatura yazıcı, terazi, ek klavye, PIN pad, 10 ve 15 inç dokunmatik büyük ekran gibi birçok entegrasyonu ekliyor. Yavuz, sektörel bir uygulama platformu oluşturmak amacıyla geliştirdikleri Fusions 410G desktop kitesinin sabit kasa geçiş döneminde önemli bir yere sahip olacağını söylüyor. Bu yenilikler de yakın zamanda piyasaya sürülecek. Mustafa Yavuz, yazarkasa POS pazarında potansiyelin sanıldandan daha yüksek olduğuna inanıyor. İhtiyacın henüz beşte birinin bile karşılanmadığını düşünüyor. Yavuz, şu ana kadar 160 bine yakın yeni nesil yazarkasa POS satışı yapıldığını, ancak bunların çoğunun yasal zorunluluğu karşılama dışında işletmelerin, yazarkasa pos cihazlarının özelliklerinden henüz faydalanamadığını söylüyor.

'SAĞIR KURBAĞA' MODELİYLE GELEN BAŞARI

İnfoteks'in kuruluş hikayesi de çalışma şekli ve ürünleri kadar ilginç. 1998 yılına kadar ithalatçı bir firma olarak çalışan ve o zamanki adı İnfotek olan firma, bu tarihten sonra fabrika kurmaya karar verince Çin'e gidiş kaçınılmaz oluyor. Mustafa Yavuz, Çin'de küçük ortaklıkla başlayıp Türkiye, Çin ve Almanya'da merkezleri olan büyük bir gruba dönüşmenin hikayesini şöyle anlatıyor:

“Ben Çin'e giderken sektörden birçok arkadaşım 'Böyle çılgın projelerle uğraşma, zarar edersin' demişti. Ama biz 'sağır kurbağa' misali bunlara kulaklarımız tıkayıp, bütçemizi yaptık ve Uzakdoğu'daki maceramıza Hong Kong'da bir ofis açarak başladık. 2003 yılında MP3 çalar üreten bir fabrikaya ortak olduk. Önce yüzde 5 hissesini aldık. 2008'e gelince payımız yüzde 95'e ulaşmıştı. 2006'dan itibaren cep telefonu, ardından tablet de üretmeye başladık. Aynı zamanda birçok marka için de bu alanlarda üretim yaptık.

2012 yılında Türkiye'de kalma kararımızla birlikte, Çin üretiminden ve tesis yatırımlarından çıkış ve Türkiye üretimine ve tesis yatırımlarına geçiş planlarımız kademeli olarak devreye alındı. Şu anda ülkemize böyle bir tesis kazandırmanın gururunu yaşıyoruz.”

Yavuz, “Bizim ürünlerimiz şu anda sahaya terminal olarak indirildi. 4 aya yakın süredir terminal olarak, tüm fonksiyonlarının çalışma performansları test ediliyor. Şu ana kadar 400'ü otoparklarda terminal olmak üzere testlerimiz devam ediyor. Ağustos ayı sonuna kadar 600'ü yeni nesil yazarkasa POS olmak üzere 1000'e yakın cihazımız test edilecek. Bu dönemde üretimimiz devam edecek, testlerin sonuçlarına göre olumsuzluklar olursa onları da satışa çıkarmadan gidereceğiz” diyor.

Tesisler sürekli büyüyor

İnfoteks'in Ankara'da natamam olarak alıp 1.5 yılda 10 milyon lirayı aşkın yatırımla faaliyete geçirdiği üretim tesisleri, yılda 1 milyon akıllı cihaz üretebilecek kapasiteye sahip. Yavuz, talep geldiği takdirde 500 bin Fusions yazarkasa POS cihazı üretebileceklerini söylüyor. Şirketin 3.7 milyon Euro'luk yatırımla kurduğu makineler bunu mümkün kılıyor. Bu hatta tablet ve yazarkasa POS yongalarına el değmeden 800'e yakın parça hatasız yerleştirilebiliyor. Yakında aynı şekilde ikinci hattın kurulması planlanıyor. Halen tablet de üretilen İnfoteks tesislerinde cep telefonu üretimi için hazırlık yapılıyor. Mustafa Yavuz, cep telefonunu üretimlerini 2015 yılında piyasaya sürmeyi hedeflediklerini vurguluyor. Ardından da kripto ve ödeme sistemleri altyapısına sahip “yerli yüksek teknoloji 8 çekirdek mobil akıllı cihaz geliştirilmesi” için de TÜBİTAK projesi verdiklerini, incelemelerin tamamlanmasıyla birlikte tasarımlara başlayacaklarını sözlerine ekliyor. Yavuz, “İçinde teknoloji olmayan hiç bir ürünü, para kazanmak için de olsa üretmeyeceğiz. Ekibimizi, kaynaklarımızı teknolojik işlerde kullanmak en önemli iş felsefemiz” diyor.



FINANSJOB

www.finansjob.com

**Bankalar, sigorta şirketleri,
yatırımcı kuruluşlar;
aradığınız elemanı
bulmak için hemen ilan verin**

AÇILIŞA ÖZEL 20 GÜN
Ücretsiz ilan yayınlama
fırsatını kaçırmayın!..



BANKACILIK VE FİNANS SEKTÖRÜNE ÖZEL İLK KARIYER PORTALI AÇILDI



Özge Çelik
Bankalararası Kart Merkezi
İş Geliştirme Müdürü

İnternette alışveriş yapanlar artık kahraman değil!

Çok değil 5-6 yıl önce internette alışveriş yapanlara kahraman gözüyle bakılıyordu. Bu kişiler hem çok cesur hem de teknoloji meraklısı kişilerdi. Ancak geçen süre zarfında internet alışverişleri, en azından belli bir kesim için çok doğal bir hale geldi. 2013'te internette yapılan kartlı ödemeler bir önceki yıla göre yüzde 37 büyüyerek 35 milyar TL'ye, 'kahramanların' sayısı ise 10 milyona ulaştı.

Ülkemizde internette alışverişin artmasında elbette pek çok itici güç var. Örneğin güçlü lojistik altyapısına sahip olmamız, yüksek mobil internet kullanımı, genç nüfusun yüksek olması, kaliteli hizmet verilmesi, güven algısının yerleşmeye başlaması, teknolojik gelişmeler... Bu etkenlerden biri de hiç şüphesiz ödeme sistemleri...



Çekicilikte 8'inciyiz

WorldPay'in yaptığı bir araştırmaya göre ülkemizde e-ticaret işlemlerinin yüzde 83'ü kartla yapılıyor. Bu orana e/m (elektronik/mobil) cüzdanı da eklediğimizde işlemlerin yaklaşık yüzde 85'inin kartlarla yapıldığını görüyoruz. Kullanıcılar kartla ödeme yapmayı tercih ediyor çünkü, kartlı ödemelere güveniyorlar.

Diğer yandan kartlı ödemeler kullanıcıların e-ticaret güven algılarına katkıda bulunuyor. Çünkü kartlarla tüm e-ticaret sitelerinde kolayca ödeme yapabiliyor, teknik problemlerle karşılaşmıyor, işlemle ilgili bir itirazları olduğu durumda itirazlarını kolayca ve belirli standartlar çerçevesinde iletip, sonuçlarını alıyorlar. Bu güven algısını oluşturmak için kartlı ödeme sektörü bugüne kadar pek çok yatırım yaptı:

- Türkiye, güvenli elektronik alışveriş uygulaması SET'i (Secure Electronic Transaction) dünyada ilk kullanan ülkelerden biri oldu.
 - Visa ve MasterCard tarafından geliştirilen e-ticarette müşteri doğrulama sistemi "3D Secure" tüm bankalar tarafından kart sahiplerine sunuluyor.
 - 2012 yılı itibarıyla dijital cüzdanlar hayatımıza girmeye başladı. Böylece işyerleriyle kart bilgilerini paylaşmak istemeyenlere bir alternatif sunulmuş oldu. Benzer şekilde işyerlerinin de kart bilgisi saklamadan hızlı ve güvenli ödeme yaptırarak hem maliyetlerini düşürmesi hem de müşteri memnuniyeti yaratması sağlandı.
 - 2012 yılında ulusal boyutta "İnternette aldım" sloganıyla bir kampanya başlatıldı ve e-ticaretin avantajları ön plana çıkarılarak kullanıcılar e-ticaret işlemi yapmaya teşvik edildi.
- Sektörde yapılan tüm bu yatırım ve çalışmalar kullanıcıların e-ticarete yönelik güven algısına olumlu etki yaptı ve e-ticaretin boyutu



“AT Kearney’in ülkelerin pazar çekiciliği, internet, ödeme sistemleri altyapısı gibi kriterlerle hazırladığı endekste Türkiye, e-ticaret potansiyeli en yüksek sekizinci ülke olarak yer alıyor...”

ÖZET

her geçen gün artmaya başladı. Gelenen noktaya baktığımızda e-ticarete ödeme yapanların toplam nüfusun yüzde 13’ünü oluşturduğunu, perakende e-ticaret pazar büyüklüğünün de 14 milyar TL’ye ulaştığını görüyoruz.

AT Kearney’in ülkelerin pazar çekiciliği, internet, ödeme sistemleri altyapısı gibi kriterlerle hazırladığı endekste Türkiye, kendi kategorisinde e-ticaret potansiyeli en yüksek sekizinci ülke olarak yer alıyor. Yani daha gidilecek çok yol var.

Soru işaretleri ortadan kalkıyor

Peki ödeme sistemleri gözüyle potansiyel e-ticaret hacminden nasıl daha fazla pay alınabilir? İşte bazı öneriler:

- E-ticaret konusunda ortak bir söylem yaratılması böylelikle bilinçlendirilme ve algının sağlanması,
- Şirketler arası ödeme ve sipariş işlemlerinin arttırılması,
- E-ticaret yoluyla yurtdışına hizmet ve mal satışı yapacak olan şirketlerin teşvik edilmesi
- Kamu ödemelerinde elektronik ödeme-

Ödeme sistemleri sektöründe yapılan yatırım ve çalışmalar kullanıcıların e-ticarete yönelik güven algısına olumlu etki yaptı ve e-ticaretin boyutu her geçen gün artmaya başladı. Gelenen noktaya baktığımızda e-ticarete ödeme yapanların toplam nüfusun yüzde 13’ünü oluşturduğunu, perakende e-ticaret pazar büyüklüğünün de 14 milyar TL’ye ulaştığını görüyoruz.

lerin yaygınlaştırılması,

- Kullanıcıların tıpkı yurtiçinde olduğu gibi kolay bir şekilde yurtdışı sitelerde de alışveriş yapabilmesi...

Tüm bu öneriler doğrultusunda; kullanıcıların ödeme konusunda kafalarında hiçbir soru işareti olmaması için daha hızlı, basit çözümler sağlayacak çalışmalara devam ediliyor. Kısacası ülkemizde yakın bir zamanda çok daha fazla mutlu e-ticaret kullanıcısına ulaşılacağını söyleyebiliriz.





Her şey dijital her şey Net

DenizBank'ın bankacılık sektöründe çok konuşulan iki ürünü Net Kart ve fastPay'in ekibini bir araya getirdik. Biri dijital ortamda her türlü ödemeye imkan tanıyor, diğeryse aidat ödemedeki kendi ödül/taksit programını yapıyor... İşte bu yenilikçi ürünlerin perde arkasındaki ekip...

DenizBank da genç, ekibi de... Hal böyle olunca ürünler de ağırlıklı olarak gençlere, kendini genç hissedenlere yönelik oluyor. Bu alanda son zamanların en gözde iki bankacılık ürünü var: Biri fastPay, diğeri de Net Kart. fastPay, DenizBank müşterisi olun ya da olmayın ödeme ve para transferi yapmanıza yarayan dijital bir bankacılık ürünü. Net Kart ise aidat ödemedeki kullanıcılarına fırsatlar sunan, indirim ve taksit seçeneklerini müşteriye bırakan yeni bir kart programı. Bu sayımızda, bu iki yeni ürünün arkasındaki ekibi sizler için bir araya getirdik. Yaş ortalaması 30'larda olan 80 kişilik ekibin nasıl çalıştığını, nasıl düşündüğü ve tüketicilerin hayatını kolaylaştıran bu ürünleri nasıl tasarladığını dinledik. DenizBank Kredi Kartları ve Şube Dışı Kanallar Grubu'nun başında, gerek IT gerekse bankacılık sektörünün yakından tanıdığı Genel Müdür Yardımcısı Ayşenur Hıçkırık var. Genel olarak Kredi Kartları ve Şube Dışı Bankacılık olarak tanımlansa da ekibin altında birçok birim var. Net Kart'ı piyasa süren ekibin başında Banka ve Kredi Kartları Ürün Yönetimi Grup Müdürü Begüm Taşal görev alıyor. DenizBank'ın yeni nesil ürünü fastPay'i çıkaran ekibi de



Begüm Taşal ve ekibi
Net Kart'ın arkasındaki kahramanlar...

içinde barındıran Dijital Kuşak Bankacılığı Grubu'nun başında ise yine IT ve bankacılık sektörünün tanınan isimlerinden Genel Müdür Yardımcısı Murat Çelik var. fastPay ürününün mimarı olan ekibin yöneticisi ise bu yıl içerisinde TIMETRIC tarafından "Avrupa'da Dijital Finansal Servisler Konusunda Öne Çıkan 50 İsim"den biri seçilen Dijital Ödeme Sistemleri, Bulut ve Mobil Platformlar Yönetimi Grup Müdürü Gürhan Çam.

DenizBank'ın kredi kartları bölümü üç birim halinde hizmet veriyor. İlki Begüm Taşal'ın yöneticisi olduğu Banka ve Kredi Kartları Ürün Yönetimi. DenizBank'ın tüm banka kartı (debit), ön ödemeli kartlar (prepaid) ve kredi kartı ürünlerinin oluşturulması ve yönetimi, 5'i birim müdürü olmak üzere 15 kişilik bu ekip tarafından yapılıyor. Planlama ve Analiz Yönetimi Ekibi kârlılık stratejilerini ve yönetim raporlamalarını oluşturuyor. Portföy Yönetimi Birimi ise portföye katıldıktan sonra o kartların aktifliğini, kart tutundurmayı, taksitli nakit ürünler ve çapraz satış yapılmasını sağlıyor. Yani kartın cüzdandan çıkarılıp kullanılmasını sağlayacak faaliyetleri yürütüyor. Kredi kartları bölümünde toplamda 40 kişilik bir ekip faaliyet gösteriyor.

İletişim merkezi, tele marketing ve doğrudan satış ekibi gibi şube dışı kanallar da müşteriler için bu grupta çalışmalar yapıyor. Begüm Taşal, Citibank'ın bireysel bankacılık tarafının satın alınmasıyla birlikte doğrudan satış ekibinin önemli güç kazandığını vurguluyor. Taşal, "DenizBank'ın 2.1 milyonu bireysel olmak üzere toplam 3.1 milyonun üzerinde kredi kartımız bulunuyor" diyor.

Toplamda 12,5 milyon kart

DenizBank, çok sayıda kredi ve debit kartı olan bir banka. Portföyünde 2.1 milyondan fazla bireysel kredi kartı var. Bankanın her müşteri kitlesine özel bir kredi kartı var. Futbolu sevenler için taraftar kartlar, gençler için D-Şarj Kredi Kartı, ulaşım için Ada ve Kemer Bonus Kartlar gibi birçok kart programı bulunuyor. Ticari kartlarla birlikte kredi kartı portföyü 3.1 milyonu geçiyor. Banka kartları ve ön ödemeli kartların sayısı ise 9 milyonun üzerine çıkmış durumda. Begüm Taşal, DenizBank'ın kart portföyünün çocukların oyun sitelerinde kullandığı PayByMe kartlardan Alakart yemek kartlarına çok geniş bir yelpazeyi kapsadığını belirtiyor.

DenizBank'ın en büyük kart programı Bonus Kart. Ayrıca İDO ile ortaklaşa çıkarılan Sea&Miles Bonus Kart, Lutfhansa Hava Yolları işbirliğiyle geliştirilen Miles&More Kredi Kartı da önemli pay tutuyor. Afili Bonus Platinum, Emekli Bonus, D-şarj Bonus veya Kiler hipermarket zinciriyle ortak çıkarılan Kiler Bonus da örnek verilebilir.

DenizBank, kart müşterilerine en çok kazandıran bankalardan biri. Begüm Taşal, Kiler gibi mağazalarla yapılan işbirlikleriyle Bonus Card 'Bonus' özelliklerine ek olarak kurumların sağladığı ayrıcalıklar sağlandığını vurguluyor. Taşal, "Örneğin Afili Bonus Platinum, standart Bonus kampanyalarına ek olarak pazar kahvaltılarında yüzde 30 indirim sağlıyor. Bu kartla hafta sonu tiyatro ve sinemalarda yüzde 30 indirimli bilet alabiliyorsunuz. Ayrıca tüm Afili Bonus sahiplerimize ücretsiz 25 bin dolar değerinde ferdi kaza sigortası yapıyoruz. Bu kartın kullanıcıları İstanbul ve Ankara havaalanlarında ücretsiz lounge ve yüzde 50 indirimli otopark hizmetinden yararlanabiliyor" diyor.



Begüm Taşal
Banka ve Kredi Kartları
Ürün Yönetimi Grup Müdürü

Fırsat paketini kendin seç

DenizBank'ın en yeni ürünü Net Kart, aidatsız olmasıyla öne çıkıyor. Bilindiği gibi bankaların aidatsız kart çıkarması artık yasal bir zorunluluk. Ancak Begüm Taşal, Net Kart'ı sadece bu yüzden çıkarmadıklarının özellikle altını çiziyor. Ardından da bu kartın özelliklerini şöyle açıklıyor:

"Net Kart, Bonus üye işyerlerinin sağladığı standart taksitler ve fırsatlardan yararlandırabiliyor. Tek farkı genel kampanyaları kapsamaması. Bu karta ekstra özellikler ekleyerek kullanımını cazip hale getirdik. Kazançlı alışveriş paketleri belirledik. Bu paketler sayesinde çeşitli sektörlerde faydalar sağlıyor. Kart sahibi bu kazançlı fırsat paketlerinden istediğini seçebiliyor. Örneğin sağlık sektöründe harcama yapıyorsunuz, ayda 9.90 lira karşılığında tüm sağlık harcamalarınızı üç taksitle ödeyebiliyorsunuz. Buradaki amaç, müşterinin hangi sektörde ihtiyacı varsa o alandaki harcamalarında kolaylık sağlamak.

Örneğin Net Market paketini seçerseniz, tüm market alışverişlerinizde yüzde 10 indirim sağlıyorsunuz. Ayda 9.90 lira ödüyorsunuz ama market alışverişlerinizle aylık 50 TL'ye kadar kazanabiliyorsunuz. Güzellik paketini seçerseniz kuaför harcamalarınıza üç taksit imkanı sağlıyor. Bu fırsattan yararlanmak için de anlaşmalı kuaför aramanıza gerek yok. Her kuafördeki harcamayı kapsıyor. Yani anlaşmalı kurum bağımlılığı yok. Net Giyim paketini seçenler giyim harcamalarında yüzde 10 Bonus kazanıyor. Net Sanal paketi seçenlerse sanal





Gürhan Çam

Dijital Ödeme Sistemleri, Bulut ve Mobil Platformlar Yönetimi Grup Müdürü

FASTPAY'İN ÖZELLİKLERİ, AVANTAJLARI

Para gönderme: Herhangi bir banka müşterisi olmadan başka birine para gönderebilirsiniz.

Göndericinin de banka müşteri olmasına gerek yok. Alıcının telefon numarasını bilmeniz yeterli. Üstelik bu transferler ücretsiz. Para, gönderilen kişinin fastPay hesabına geçiyor. Gelen para ATM'den gelen şifre ile veya uygulamanın içinden şifre üretilip çekilebiliyor.

Gelen para fastPay hesabına geçtiği için, doğrudan başkasına göndermek de mümkün. fastPay, EFT sistemine entegre olduğundan diğer bankalardan EFT ile fastPay hesabına para göndermek de mümkün.

Ödeme yapma: POS'a doğrudan bağlı olduğu için POS'lara ödeme yapabiliyor. 75 bine yakın işyerinde geçiyor. Oturduğunuz yerden bir pastaneden sipariş verip ödeme yapabiliyorsunuz. Çocuğunuz hamburgercide yediği yemeğin ücretini oturduğunuz yerden ödeyebilirsiniz. 81 ilde bu hizmet veriliyor. fastPay'le McDonald's'in belirli restoranlarında ödeme yaparak promosyonlar kazanmak

alışverişlerde yüzde 10 bonus, Net Hafta Sonu paketini seçenlerse hafta sonu alışverişlerinden yüzde 10 indirim kazanıyor. Birden fazla paket aynı anda tercih edilebiliyor. Kartı ilk alanlara üç ay boyunca iki paket ücretsiz sunuyoruz. Bunlardan Net Öğlen paketi hafta içi öğle yemeklerinde indirim sağlarken, Net Fatura da fatura ödemelerinde yüzde 10 indirim sunuyor.”

Begüm Taşal, DenizBank olarak kanunen gerekli bir kart çıkarmak yerine müşterinin kendini özgür hissedeceği, istediği alanlarda fırsatlar bulabileceği bir yapı kurmayı planladıklarını vurguluyor. Taşal, “Sonra da bu programı Net Kart adı altında topladık. Bunu önümüzdeki günlerde DenizBank'ın diğer kartlarına da adapte edeceğiz” diyor.

DenizBank, taraftar kartlarında da oldukça iddialı. 200 bine yaklaşan taraftar kartını yönetiyor. Bu kartlar 19 futbol kulübüyle ortaklaşa geliştiriliyor ve harcama yaptıkça kullanıcıların kulüplerine fayda sağlıyor. DenizBank'ın tarım, KOBİ ve işletme kartları da mevcut.

Transferden çok daha fazlası

Son dönemde bankacılık kesiminde ve kamuoyunda en çok ses getiren bankacılık ürünlerinden biri de kuşkusuz fastPay. Her ne kadar dijital para gönderme sistemi olarak bilinse de birçok özelliği bir arada müşterilerinin hizmetine sunan bu ürün, DenizBank Dijital Kuşak Bankacılık Grubu tarafından geliştirildi. Evet, yanlış duymadınız, DenizBank'ta Dijital Kuşak Bankacılık Grubu adıyla bir birim var. Buradaki 'kuşak' ise dijitalize olan

mümkün. Simit Sarayı mağazalarında ise yüzde 50 indirimli ödeme olanağı mevcut.

Diğer banka kartlarına açık: İlk çıktığında sadece DenizBank kredi kartlarına entegre olan sistem, şimdi diğer bankaların kredi kartlarına da entegre edildi. Diğer banka kartlarıyla da fastPay ile üye işyerlerinde harcama yapılabilir.

Hem kart hem hesap: fastPay hem kredi kartına hem de banka hesabına entegre edilebiliyor. fastPay hesabınızdaki bakiye bittiğinde diğer banka hesabınızdan sistem otomatik aktarım yapıyor. Bu da banka kartı taşıma zorunluluğunu ortadan kaldırıyor.

E-cüzdan: fastPay sadece mobil cüzdan değil aynı zamanda e-cüzdan. Örneğin Yemeksepeti'nin online ödeme kabul eden restoranlarında fastPay'le ödeme yapmak mümkün, üstelik buralarda fastPay'le yüzde 20 indirimli ödeme yapılabilir. Benzer şekilde fastPay kullanıcıları Lokum.com'da yüzde 15 indirimli ödeme yapabilir.

Sesle para çekme: fastPay'in bir özelliği de sesle para çekebilme. Ses teknolojisini dijital teknolojiyle buluşturan bu uygulama, sesli komutlarla ATM'lerden para çekme imkanı sunuyor. fastPay ses teknolojisini mobil cihazdan ATM ile iletişim kurmak için kullanan ilk mobil uygulama.



yeni nesli ifade ediyor. 2012 yılında kurulan bu grup hakkında Gürhan Çam, Türk bankacılık sektöründe bu isimle oluşturulan ve bir genel müdür yardımcılığına bağlı ilk birim olduğunu vurguluyor.

Eskiden alternatif dağıtım kanalları (ADK) olarak tanımlanan bu birimin adı şimdi dijital kuşak bankacılığı oldu. Yine eskiden perakende bankacılığın altında değerlendirilirdi, şimdi ayrı bir öneme sahip. Dijital bankacılık ekibi sadece bireysel bankacılık değil tüm bankacılık segmentlerinde hizmet veriyor. Dijital Kuşak Bankacılığı grubu internet ve web platformları, sosyal medya bankacılığı, mobil bankacılık, dijital ödeme sistemleri ve bulut bankacılığı olmak üzere beş ana birime ayrılıyor.

Kısacası diğer bankalarda alternatif dağıtım kanalları altında toplanan bu bölümler, DenizBank'ta dijital bankacılık bölümüne bağlı. ATM, POS gibi bölümlerse geleneksel bankacılık kanalları olarak farklı bir yapıda faaliyet gösteriyor. Bu bölümün yeni nesli bankacılık sektörüne alıştırmak için geliştirildiğini söyleyen Gürhan Çam, "Dijital Ödeme Sistemleri adıyla bu yılın başında da bir alt grup daha oluşturduk. fastPay'ı de bu bölüm altında konumlandırdık. Daha önce mobil bankacılığın altındaydı" diyor.

Dijital Ödeme Sistemleri, Bulut ve Mobil Platformlar Yönetimi'nde 11 kişilik ekip görev alıyor. İşkolu olarak bakıldığında ise 30 kişilik bir ekip var. İşkolunda ayrıca pazarlama ve raporlama faaliyetleri de yürütülüyor. Hem bağlı olduğu Genel Müdür Yardımcısı Murat Çelik hem de Grup Müdürü Gürhan Çam IT kökenli...

Hatırlanacağı gibi fastPay, önce "CepParam" olarak lanse edilmişti ve mobil bankacılığın altında değerlendiriliyordu.

Ürün 2013 yılı başında geliştirildi ve o günden bugüne büyük bir platform haline geldi.

Dijital'den yeni sürprizler gelebilir

Gürhan Çam, Dijital Ödeme Sistemleri'nin sadece fastPay'den ibaret olmadığını diğer potansiyel mobil ve elektronik ödeme aracı ürünlerinin de yer aldığını söylüyor. Çam, "fastPay hem mobil ticaret hem elektronik ticaret olarak her ikisine birden hizmet edebiliyor. Önümüzdeki günlerde parmak iziyle ödeme yapan başka bir ödeme sistemi de olabilir. Onun için hem bu ürünü hem de bu yeni alt birimin faaliyetlerini sınırlamadık" diyor.

Yönetici ve genel müdür yardımcısı IT kökenli olsa da bu bölümlerde sadece IT'çiler çalışmıyor. "IT kökenliyiz ama yazılımcı değiliz" diyen Çam, bankacılıkla IT arasında bağ kuran bir anlayışa sahip olduklarını vurguluyor. Kısacası bölümde çalışanlar kozmopolit bir yapıya sahip. Ekibini, "bankacılık yapan ve IT'ye dokunan insanlar" olarak tanımlayan Gürhan Çam, ekiple ilgili şu değerlendirmeyi yapıyor:

"Bizde sigorta kökenli çalışanlar da var, mühendislik kökenliler de. Tekdüze bir takım kurulduğunda hep tek düze projeler çıktığını ve ekibin bir süre sonra körelmeye başladığını görüyoruz. Hem fikre hem tartışmaya hem de kavgaya açık olmak lazım. Biz böyle bir ekip kurmaya özen gösteriyoruz. Örneğin İngilizce'nin yanında Rusça bilen insanları da ekibi koyduk; onlar hem bizim ana hissedarımız Sberbank'la daha hızlı entegre olmamızı sağlıyor hem daha öncesinde hiç bankacılık bilmeseler de hem bize hem ürünlerimize farklı bir bakış açısı getiriyorlar."



Gürhan Çam ekibini farklı disiplinlerden seçmiş...



Ekipler sık sık bir araya gelerek beyin fırtınası yapıyor

600 bin fastPay kullanıcısı var

Mobil ödemeler dünyasında çok farklı denemeler ve deneyimler olduğunu hatırlatan Gürhan Çam, "Global mobil ticaret hacmi 2012 yılı sonu itibarıyla 163 milyar dolara ulaştı. 2017'de 750 milyar dolara yükselmesi bekleniyor. Ticaret bir şekilde mobil tarafa kayıyor. Mobil ödeme bize NFC'den (yakın alan iletişimi) ibaret gibi

anlatıldı ama böyle olmadığı görüldü. Örneğin fastPay 2013'ün ocak ayında çıktı ve sürekli geliştirildi. Ardında çok ciddi bir Ar-Ge ve teknoloji ekibi var" diyor.

Kısa sürede 600 bin kullanıcıya ulaşan fastPay, temel olarak kişiden kişiye para transferi yapmaya yarayan ürün. Yani mobil cüzdan ama rakiplerine bakıldığında birçok farklı özelliği var. Diğerleri ağırlıklı olarak online ödeme yapan sistemler. Burada ise fiziki üye işyerlerine bile ödeme yapabilen bir sistem var. fast-

Pay ile doğrudan bağlantı kurulup POS'a para gönderiliyor. Kısacası fastPay'i "temas olmadan POS'a ödeme gönderen bir mobil cüzdan" olarak tanımlamak mümkün. Bu sistem DenizBank'ın tüm üye işyerlerine ödeme yapma imkanı sunuyor. Gürhan Çam, şu anda bu şekilde 75 bin üye işyerine ödeme yapmanın mümkün olduğunu söylüyor. Ardından da yakında bu sayının 200 bine çıkacağını ekliyor.

fastPay ile üç GSM operatörüne TL yüklemesi yapmak da mümkün. Gönderilen paranın DenizBank ATM'lerinden kartsız olarak çekilebilmesini sağlıyor. Sistem fastPay mobil cüzdana para koymanızla veya herhangi bir bankaya ait kredi kartının fastPay'e tanımlanması ile başlıyor. Bu sistemi kullanmak için DenizBank müşterisi olmanıza gerek yok. Başka bir banka ya da herhangi bir banka müşterisi olmak zorunda da değilsiniz. Bu uygulama açık bir platform olarak hizmet veriyor. TC Kimlik numaranız ve cep telefonunuz olması yeterli. DenizBank ATM'sine gidip paranızı koyduğunuzda telefonunuza yüklemiş oluyorsunuz. Böylece o parayı başka birine gönderebiliyor ya da TL yükleyebilirsiniz. Son olarak fastPay'in Avrupa ve ABD'de birçok ödül aldığını ve oldukça prestijli çeşitli otoriteler tarafından "en iyi ödeme aracı" seçildiğini belirtelim.



Ziraat Bankası'nda bir gecede 11 genel müdür yardımcısı değişti

Kim nereye transfer oldu?

ING Bank'ın yeni genel müdürünü sektör finansgündem'den öğrendi

Sektörle ilgili son gelişmeler

TRT Genel Müdürlüğü'ne talip olan bankacı kim?

Hepsi ve daha fazlası için
www.finansgundem.com



FINANS SEKTÖRÜNÜN
İNTERNETTEKİ BULUŞMA ADRESİ



Bankaların 'akıllı paranoyak' risk sistemleri

FICO, banka müşterilerinin profilini çıkarıp robot resmini çiziyor; yaşam tarzları, tüketim alışkanlıkları, ödeme periyotları gibi kriterlere göre kredibilitelerini ölçüyor. Bankalara olası risklere, sahtekârlıklara karşı erken uyarı sistemi sunuyor...

Kredi batağının hangi aşamada, nasıl başladığı tespit edilebilir mi? Kartla yapılan bir işlemin güvenli olup olmadığı nasıl anlaşılır? Eczacı ya da kuaförün dükkanının riski ile şahsi risklerini ayırt etmek mümkün müdür?..

Günümüzde müşteri kazanmak, sonra da o müşteriyi elde tutabilmek çok önemli. Her geçen gün artan rekabet bunu zorlaştırıyor. Özellikle de bankalar için... FICO Türkiye Ülke Müdürü Kerem Gül, bu konuda avuçtaki kuş örneğini veriyor: "Müşteri tıpkı avuçtaki bir kuş gibidir; sıkı tutarsan boğulup ölür, gevşek tutarsan kaçıp gider. Tabii bir de istenmeyen, kötü müşteriler var. Gerekliğinde onları da sistemin dışına çıkarmak

isteyebilirsiniz."

Peki müşteriyi incitmeden elde tutmanın, gerektiğini onu sistemden çıkarmanın yolu, yöntemi nedir? İşte Kerem Gül, kendi yaptıkları iş açısından çözümün "smart (akıllı) paranoyak" sistemlerden geçtiğini söylüyor. Bu sistemlerin ayrıntılarına geçmeden önce isterseniz FICO'yu ve verdiği hizmetleri biraz tanıyalım...

"Büyük bankaların tamamı müşterimiz"

Uluslararası risk ölçüm ve yönetim şirketi FICO, 20 yıldır Türkiye pazarında faaliyet gösteriyor. Türkiye ofisi ise 2.5 yıl önce Kerem Gül tarafından kuruldu. Butik olarak hizmet veren ofiste gerek Türk gerekse yurtdışından gelen konunun uzmanı



MÜŞTERİ BİLGİSİ MASKELENEREK GELİYOR

Kerem Gül'e, kişilerin özel hayatının ihlal edilip edilmediğini, müşteri bilgilerinin nasıl korunduğunu soruyoruz. "Biz özel bilgilerin kime ait olduğunu kesinlikle bilmiyoruz" diyor ve bu süreci şöyle anlatıyor:

"Bankalar, gerekli müşteri bilgilerini FICO'ya maskelenmiş olarak yolluyor. Müşterinin bilgileri, bankadaki koduyla, numarasıyla değil farklı bir şekilde kodlanmış, numaralandırılmış şekilde geliyor. Biz de o dataları anonim olarak analiz edip yine anonim olarak bankaya gönderiyoruz. Banka bizim analizlerimizi, sonuçlarımızı kendisindeki gerçek müşteri koduyla, numarasıyla eşleştirip sistemine alıyor."

danışmanlar çalışıyor. Başka bir deyişle, üstlenilen projelerin durumuna göre yurtdışından gelen danışmanlarla birlikte ekip modüler olarak artıp azalabiliyor.

FICO™

Kerem Gül, FICO'nun Türkiye'de şu ana kadar büyük ölçekli bankalara hizmet verdiğini söylüyor.

Başta Romanya olmak üzere Balkan ülkeleri ve Azerbaycan da Türkiye ofisinin sorumluluğunda. Gül, FICO merkezin Türkiye ofisine büyük önem verdiğini ve bir "hizmet üssü" olarak konumlandığını, önümüzdeki dönemde Ortadoğu'nun da kendilerine bağlanabileceğini belirtiyor.

FICO, 'Falcon' adını verdiği platformla dünya çapında 3 milyara yakın kredi ve banka kartını, sahtecilik işlemlerine karşı koruyor. FICO Türkiye şu anda sadece bankalara hizmet verse de dünya cirosunun çok önemli bir yüzdesi banka dışı finans sektöründen geliyor. Kerem Gül, "Global cironun diğer kısmı ise başta telekomünikasyon olmak üzere sigorta, kamu, ilaç gibi diğer sektörlerden geliyor. Türkiye ofisi yeni olduğu için henüz farklı sektörlerle açılmadık. Yavaş yavaş kendimizi tanıtmaya, hizmetlerimizi anlatmaya çalışıyoruz. Yakında başta telekom olmak üzere elektrik, su, doğalgaz dağıtım şirketleriyle de çalışacağımızı düşünüyorum" diyor.

"En zoru esnafın riskini belirlemek"

FICO Türkiye, ağırlıklı olarak bankaların bireysel müşterilerinin risklerini değerlendirip kredibilitelerini ölçüyor. Eczacı, kuaför, bakkal, terzi gibi esnaf ve KOBİ niteliğindeki banka müşterileri için de aynı hizmet sunuluyor. Kredi kartları, ticari kredi kartları, kredili mevduat hesapları, ihtiyaç kredileri, konut kredileri, taşıt kredileri gibi kredi kapsamına giren her konuda risk değerlendirmesi ve ölçümü yapıyor. Kerem Gül, özellikle esnafın, küçük KOBİ'lerin kredi riskinin ölçülmesinin daha zor olduğunu anlatıyor. Gereğini de şöyle açıklıyor:

"Çünkü örneğin bir eczanenin kredibilitesi, eczacının şahsi kredibilitesiyle ölçülüyor. Bir mal alacağı zaman ticari kartı yoksa şahsi kredi kartıyla da alabiliyor. Bu eczacının, bir şahsi

Kerem Gül



riski, bir de eczaneden dolayı kurumsal riski var. Mesela bir ev almış ve mortgage kredisi ödüyor. Bu durumda eczacının şahsi riski ile eczanenin riski birbirine karşıyor, ikisini ayırt edip ölçmek zorlaşıyor. İşte FICO olarak bu kullandığımız sistemlerle bu riskleri de ayırıştırıp ölçülebiliyoruz."

Ne kadar veri, o kadar fayda

FICO, müşteri riskini ölçerken bankaların veritabanını kullanıyor. Önce bankalardan bireysel ve KOBİ müşterileriyle ilgili geçmişe dönük gerekli bilgileri maskeli bir şekilde (müşterinin gizli bilgilerini görmeden) olarak analiz ediyor. Bu analizlerin





ardından da onlar için anlamlı, stratejik kararlar verebilecekleri sonuçlar/ öneriler çıkarıyor.

Kerem Gül, bu strateji ve kararlarla bankaların risklerini azaltıp kârlılığı artırdığını, aynı zamanda BDDK ve diğer kuruluşların belirlediği kurallarla uyumlu sonuçlar elde ettiğini vurguluyor. “Örneğin BDDK, bankalara ‘Bu KOBİ’ye şu koşullarda kredi vermişsin, diğerinden ise şunları, bunları istemişsin. Ne-

den farklı davrandın’ diye sorabiliyor. Şeffaf olunması, aynı koşullara sahip müşterilere aynı davranılması gerekiyor. Bu bireylerin kredi

kartı limitleri, kredili mevduat hesapları, bireysel kredileri için de geçerli” diyor.

Gül, FICO’nun sunduğu faydanın ise bankanın elindeki müşteri bilgileriyle doğru orantılı olduğunu anlatıyor: “Verileri doğru ve sağlıklı tutamazlarsa istedikleri sonuçları alamazlar. Bizim hizmetlerimiz faydasını, bankaların iyi ve zengin verileri ile parlatur. Bunun için danışmanlık hizmeti veriyoruz. Gidip önce verilerinin durumuna, kalitesine bakıyoruz. Onlarla bir hafta geçirip rapor hazırlıyoruz. Sonra da neye ihtiyaçları olduğuna karar veriyoruz. Bizim amacımız değer pozisyonlamak. Bankalar bizim analitik çözümlerimize, danışmanlığımıza güveniyorlar.”

Profil çıkarıp robot resim çiziyorlar

FICO, bankalara kart güvenliği, kart sahteciliği konusunda, biraz önce de belirttiğimiz gibi Falcon platformuyla hizmet veriyor. Kerem Gül, bu sistemin işleyişini de bir örnekle şöyle açıklıyor:

“Örneğin, bankanın bir kart müşterisi Hong Kong’dan 5 bin dolarlık yatçılık malzemesi almış görünüyor. İşte burada FICO’nun kredi risk sistemi devreye giriyor ve o kişinin alışveriş geçmişi, yaşam tarzı gibi parametrelerine bakarak ‘Böyle bir alışveriş yapması pek olağan değil. Çünkü daha önce yatçılıkla ilgili hiç harcaması yok’ diyor. Sonra da anında farklı uyarı mekanizmaları devreye giriyor ve varsa sahtekârlık önleniyor. FICO, bu konuda dünyanın önde gelen birçok büyük bankasına hizmet verdiği için özellikle bu bankaların kredi kartlarının kullanıldığı POS’lar üzerinden yapılan işlemleri de skorlayabiliyor.

FICO, kart sahteciliği konusunda öncelikle banka müşterilerinin profilini çıkarıp birer robot resmini çiziyor. Sonra da “öğrenen sistemler ve profillemeye teknolojileri” ile harcama ve ödeme alışkanlıkları, yaşam tarzları belirleniyor. Örneğin Kastamonu’da yaşayan, İstanbul’a bile gelmemiş, İstanbul’daki bir POS cihazından kartını geçirmemiş birinin gecenin 3’ünde, Şanghay’da 4 bin dolarlık bir alışveriş yapması mümkün müdür? O kişiyi rencide edecek şekilde uyararak ya da alışverişini bloke etmek de başta verdiğimiz “müşteriyi elde tutma” örneğinde olduğu gibi yarardan çok zarar getirebilir. İşte bu noktada Kerem Gül, “Bankaların müşterilerinin güvenliğini korumak ve onların istemi dışında hesaplarından ve kredi/ATM kartlarından kötü niyetli kişiler tarafından harcama yapılmasını harcama yapılmadan engelleyecek akıllı paranoyak sistemlere ihtiyacı var” diyor.

Batağın ilk sinyalini faturalar veriyor!

Kerem Gül, FICO'nun "akıllı paranoyak" sistemlerinin işleyişini şöyle anlatıyor: "Bu sistem deyim yerindeyse her şeyden işkilleniyor. Mesela bir müşteri iki üç ayda bir cep telefonu numarasını, altı yedi ayda bir ev adresini değiştiriyorsa ondan şüpheleniyor. Öbür taraftan, beş altı yıldır aynı telefon numarasını kullanan, sekiz 10 yıldır aynı evde oturan kişi için şüphe duymasına gerek olmayabilir. İşte akıllı paranoyak sistemler her bir müşteri için normal ve anormali belirliyor; özellikle anormallikleri takip ediyor ve bankalara önceden önlem alma fırsatı sunuyor."

Gül, daha sağlıklı risk analizi ve kredibilite ölçümü için bireylerin telefon, su, doğalgaz, elektrik gibi fatura bilgilerinin, diğer sektörlerle ilişkilerinin de bilinmesi gerektiğini düşünüyor. Bu konuda da FICO'nun yaptığı bir araştırmaya atıfta bulunarak bankacılara şu ipuçlarını veriyor: "Bu araştırmaya göre insanların kötüye, batağa gidişi önce kredi kartından başlıyor. Olay en son eve geliyor. Türkiye'de en düzenli ödenen kredi konut kredisidir. Çünkü kimse evini kaybetmek istemez. Eşinin, ailesinin baskısıyla ilk onu öder. Kredi kartında ise asgarisini ödemek gibi alternatifler var. Aslında batağın ilk sinyalleri kredi kartından da önce su,

elektrik, ev telefonu faturalarındaki gecikmelerden geliyor. Yani balık baştan kokuyor. 80 liralık telefon faturasını ödemekte zorlanıyorsa bir sorun var demektir. Bunlar ileride o müşterinin bankanın başına iş açabileceğinin sinyalleridir. İşte biz bunlara erken uyan sistemleri diyoruz.

İnsanlar birdenbire sifira inerek batmaz. Batağın ilk döneminde elinden mutlaka biraz para vardır ve batacağının sinyalini bir şekilde verirler. Dört bankaya borcu varsa onu ilk yakalayan banka parasını kurtarabilir. İşte böyle sistemleri aktif olarak kullanan ilk banka bunu fark edip, müşteriyi tam uçurumun kenarından parasını kurtarıyor. Sonra diğerleri avukatlarla, mahkemelerle uğraşıp dursun."

Sahteciliğin ne zaman vuracağı belli olmaz!

Kerem Gül, sahteciliği tıpkı deprem gibi, tsunami gibi ne zaman vuracağı belli olmayan olaylara benzetiyor: "İnsanlar nasıl depreme, tsunamiye karşı kayıtsız kalıp önlem almıyorsa sahtecilikte de aynı durum söz konusu. 'Türkiye'de böyle olaylar olmuyor, sahtecilik için önlem anlamaya gerek yok' diyebiliyorlar. Nitekim Almanya'da da sahtecilik oranı çok düşük olduğu için böyle düşünenler vardı. Ama 2010 yılında birdenbire yüzde 200'ün üzerinde artış oldu. Hazırlıklı olan, gerekli yatırımları yapmış olan kurumlar bu dalğadan etkilenmedi. Hazırlıksız olanlar hem para hem de müşteriyi kaybetti."



İSTEYENE YAZILIM, İSTEYENE PAKET ÇÖZÜM

FICO'nun sunduğu üç farklı hizmet var ve bunlar farklı farklı ya da paket olarak satın alınabiliyor. İsteyenler FICO'nun yazılımlarını satın alıp kullanabiliyor. İsteyenlere, yazılım satın alsın ya da almasın analitik çözümler sunuluyor. FICO danışmanları bankalara gidip müşteri verilerini analiz ediyor, onlara verimlilik, kazanç artırıcı çözümler öneriyor. Üçüncü hizmet olan iş danışmanlığı ise belirlenen analitik modellerin o kurumun risk iştahı ve stratejileriyle harmanlanıp ortaya bir strateji çıkarılmasını kapsıyor. Yani akıllı paranoyak sistemlerle elde edilen verilerin hangi stratejiyle nasıl değerlendirilip nasıl aksiyon alınması gerektiği bankayla birlikte belirleniyor. FICO'nun hizmet bedelleri birçok parametreye göre belirleniyor. Örneğin yazılım konusunda kart sahtekârlığını ele alırsak, sistemin kaç tane kredi kartını sahtekârlığa karşı koruyacağı belirleyici oluyor. Danışmanlık ücretini ise kaç kişiyle ne kadar süre bu hizmetin verileceği belirliyor...



Dijital bankacılığın yararları ve başarılı örnekler



Tunç Akyurt

Peppers&Rogers Group Finans
Sektöründen Sorumlu Yönetici Ortak

Dijital bankacılık kanalları maliyeti düşürüp kârlılığa direkt etki ediyor. Satış ve pazarlama için daha fazla zaman ve daha fazla insan kaynağı ayrılmasını sağlıyor



Teknolojik gelişimin hiç olmadığı kadar hızlı yaşandığı bir dönemin içindeyiz. Bu değişimle birlikte etrafımızdaki tüm cisimler birbiriyle iletişime geçmeye başladı; veri işleyişi ve paylaşımı şimdiye kadar hiç olmadığı kadar yüksek seviyeye ulaştı. Peki dijitalleşmenin bu denli hızlı olduğu günümüzde bankacılığın yüzyıllardır devam ettiği şekilde devam edeceğini varsaymak ne kadar gerçekçi?

Önümüzdeki dönemde dijital stratejilerini iyi bir şekilde planlayan ve bu stratejileri başarılı olarak uygulayarak dönüşümlerini gerçekleştiren bankaların ayrılarak rekabette öne geçeceğini öngörüyoruz. Dünyanın farklı yerlerinde bu konudaki öncü kuruluşlar başarılarını kanıtlamaya başladılar bile...

Başarılı dijital stratejilerin avantajları

Dijital stratejilerini başarılı şekilde hayata geçiren bankaların yakaladığı temel avantajları 3 ana başlık altında toplayabiliriz. Bunlardan ilki müşterilerin yüksek maliyetli fiziksel kanallardan düşük maliyetli dijital kanallara kaydırılması sonucu sağlanan maliyet avantajı ve bunun kârlılığa direkt etkisi.

İkinci temel avantaj, bu dönüşümün oluşturduğu artan satış fırsatları olarak karşımıza çıkıyor. Müşteri işlemlerinin dijital kanallara kaydırılmasıyla birlikte fiziksel kanallardaki kaynakların satışa ayırdığı zamanın arttığını görüyoruz. Başarılı uygulama örneklerinde, bankalarda dijital kanal kullanımlarının etkinleştirilmesi sonucunda şube üzerinden gerçekleştirilen satışların yüzde 15 ila 20 arası rahatlıkla artırılabilir dikkat çekiyor.

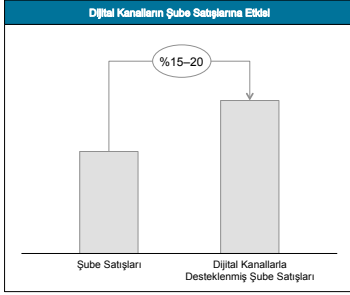
2004 yılında her 100 kişiden 13-14'ü internet kullanıcısı iken 2013 yılında bu oran 40 kişiye yaklaşmış durumda.



Gelişmiş ülkelerde bu oran %80'e seviyesine yaklaşmaktadır

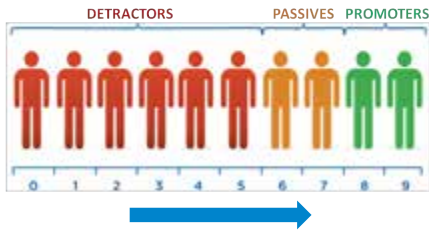


Kaynak: Dünya Bankası; International Telecommunications Union



- Ana Artış Nedenleri**
- § Hizmet işlemlerinin dijital kanallara kayması ile şubelerin satışa daha fazla vakit ayırması
 - § Dijital kanallardan yönlendirilen fırsatlar
 - § Basitleştirilmiş yeni ürünler
 - § Dijital kanallar üzerinden daha fazla müşteriye fırsat sunulabilmesi
 - § Bilgilendirme işlemlerinin dijital kanallar üzerinden başarılı yapılması sonucu alına potansiyeli yüksek müşterilere ürün satılması

Şube kanalının satışa ayırdığı vaktin artırılmasının yanı sıra dijital kanal kullanımına geçen müşterilerin dijital (internet ve mobil) bankacılığı kullanım sıklıklarının şube ziyaret sıklığının çok üzerine çıktığını görüyoruz. Müşteriyle kurulan her temasın ayrı bir satış fırsatı olduğunu düşündüğümüzde, iyi bir müşteri deneyimi ve akıllı modellerle desteklenmiş yapı ve dijital müşteri ile bu fırsatı çok daha fazla yakalayacağımız açıkça ortaya çıkıyor.



Dijital bankacılık müşterilerinin NPS skorlarının %20 ile 25 yukarı çıktığını görüyoruz



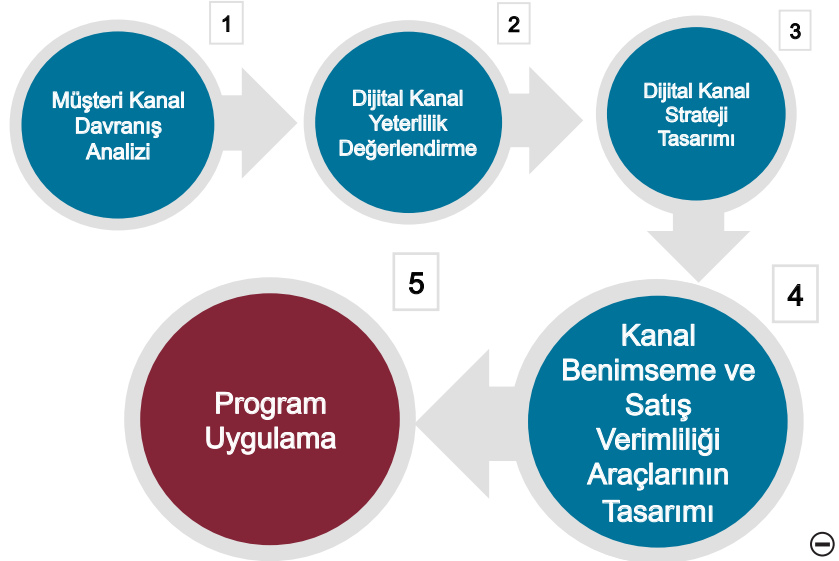
Son olarak, bir diğer avantaj da “müşteri deneyimindeki gelişme”de kendini gösteriyor. Dijital kanal müşterilerinin NPS yöntemi ile ölçülmüş müşteri memnuniyet skorlarının yüzde 20 ila 25 yukarı çıktığını gözlemliyoruz. Ulaşılabilirlik, insan kaynaklı yanlış bilgilendirme gibi sorunların dijital kanallardan rahatlıkla ortadan kaldırılmasının yanı sıra analitik modellerle desteklenmiş müşteri aksiyonlarını önceden tahmin edilerek müşterilere sorun yaşadıklarını fark ettirmeden çözümler üretilmesi bu memnuniyet artışının temelinde yatıyor.

Dikkat edilmesi gereken noktalar neler?

Dijital bankacılıkta bahsettiğimiz avantajların sağlanabilmesi için dikkat edilmesi gereken temel alanlar bulunuyor. Bunlar;

- ✓ Silo bazlı kanal yapısından uzak durmak
- ✓ Etkin veri kullanımı
- ✓ Şeffaf, güvenilir ve rahat kullanılabilir olmak
- ✓ Dijital kanallardan yalnızca hizmet sunmaya değil, satışa da odaklanmak
- ✓ Müşterilerin eğitimi

Dijital bankacılığın geliştirilmesi için yapılan çalışmalarda müşteri kanal davranışlarının doğru analiz edilmesi ve kanal yetkinliklerinin değerlendirilmesi kritik önem taşıyor. Müşteri ve kanalların iyi tanınması ile birlikte kanal stratejileri ve kanal benimseme ve satış verimliliği araçlarının tasarımı oluşturulmalıdır. Tasarım ve planlamaların yapılması ile birlikte başarılı bir program yönetimi bu dönüşüm çalışmalarının başarıya ulaşmasında çok önemlidir.





PayPal'ın zaman, para ve teknoloji ilişkisine odaklanarak Türkiye'nin de aralarında bulunduğu 15 ülkede yaptırdığı 'People Economy' araştırmasına göre, Çinlilerden sonra online alışverişe en çok zaman ayıran millet Türkler...

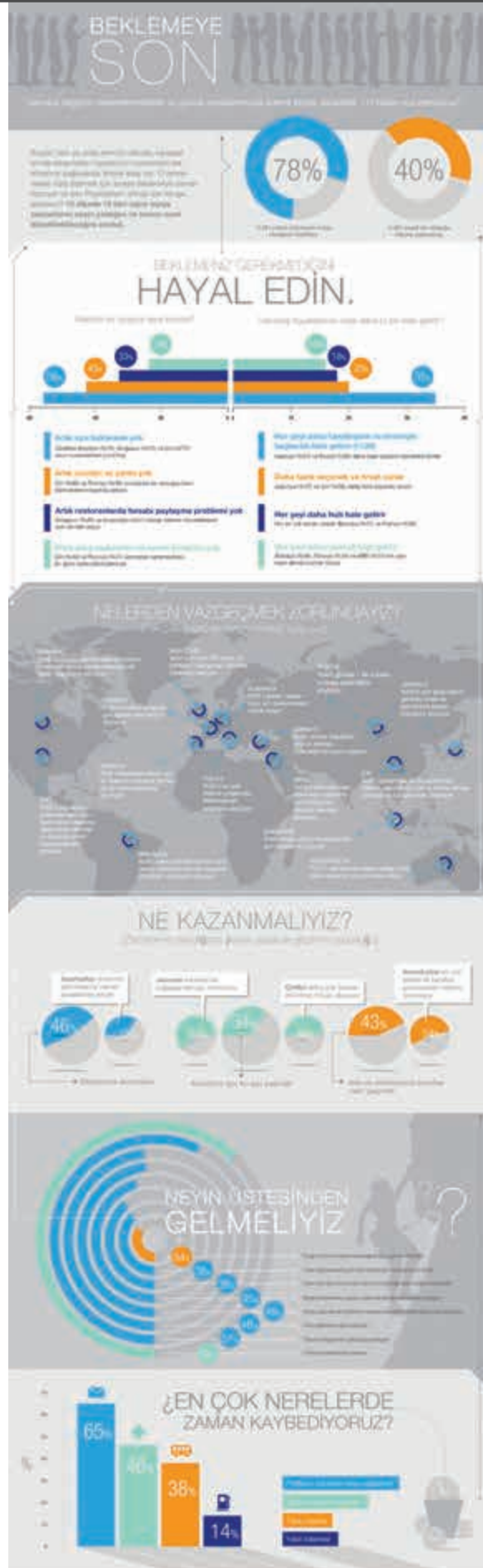
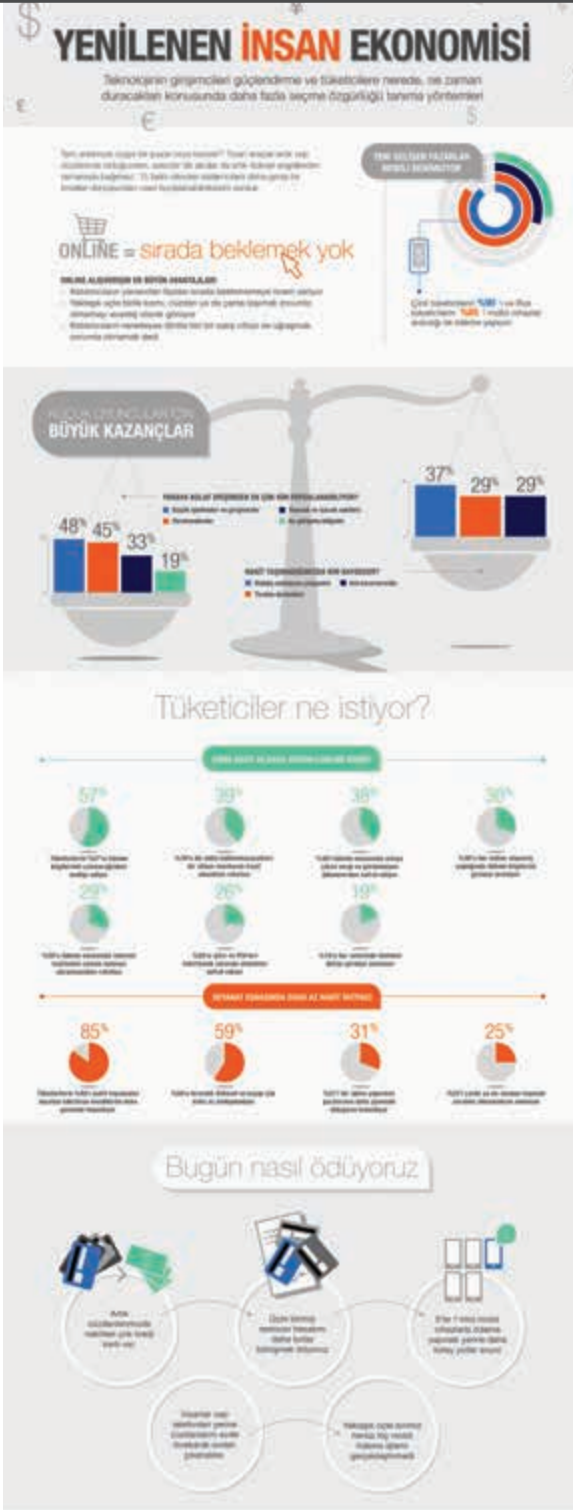
Haftada **387 dakikayı** alışverişe harcıyoruz

Banka dışında en gelişmiş ödeme sistemi olan PayPal'ın Türkiye, Avustralya, Brezilya, Kanada, Çin, Fransa, Almanya, İsrail, İtalya, Japonya, Rusya, Singapur, İspanya, İngiltere ve ABD'de yaptığı araştırma; teknolojinin insanların gündelik hayatlarına, alışveriş alışkanlıklarına ve ekonomiye nasıl etki ettiğini ve bunun ülkeden ülkeye nasıl değiştiğini gözler önüne seriyor. 'People Economy' (İnsan Ekonomisi) araştırması, PayPal adına İngiliz araştırma şirketi Reputation Leaders tarafından

yapıldı. PayPal'ın en büyük 15 pazarında yapılan ankete, yaşları 18 ila 64 arasında değişen 15 bin 105 kişi katıldı.

En hızlı kararı Amerikanlar veriyor

Araştırmaya katılanlara yöneltilen "Geleneksel ve online alışverişe haftada ortalama kaç dakika ayırıyorsunuz" sorusuna verilen yanıtların dünya ortalaması şöyle şekillendi: İnsanlar haftada 291 dakikayla hala 'geleneksel' alışverişe daha fazla zaman ayırıyor. Buna karşılık online alışverişe ayrılan zaman 202 dakika. Yüz yüze alışverişe en çok zaman



harcayan ikinci ülke 387 dakikayla Türkiye. Türkiye'yi haftada 389 dakikayla geçen tek ülke var o da İspanya. Üçüncü sırada ise 378 dakikayla Çin geliyor. Geleneksel alışverişe en az zaman harcayan ülkeyse haftada sadece 20 dakikayla ABD... Araştırmada incelenen konulardan biri de online alışveriş oldu. Bu kategoride şampiyon 387 dakika Çin oldu. Çinliler aynı zamanda online alışverişe, geleneksel alışverişten daha çok zaman ayıran tek millet. Türkiye bu kategoride de 263 dakikayla ikinci sırada. Online alışverişe zaman harcamada üçüncülüğü 238 dakikayla Brezilyalılar aldı. ABD'lilerse bu kategoride de en son sırada yer alıyor.



DAHA İYİ BİR DÜNYA İÇİN 'İNSAN EKONOMİSİ'

İnsanların birbirleriyle daha yakın ilişki kurabileceklerine ve de kurmaları gerektiğine, hayatın daha insani ve anlamlı olduğu bir dünyanın mümkün olduğuna inanan PayPal, bu fikri "insan ekonomisi" (people economy) olarak adlandırıyor. PayPal Global Marka ve İletişim Başkan Yardımcısı Christina Smedley, "Dünya hızla değişiyor. PayPal olarak biz de pazardaki değişikliklere ve taleplere ayak uydurmak zorundayız. Tüm dünyada, yani küresel bir pazarda hizmet veriyoruz. Hizmet verdiğimiz insanları güçlendirecek ürünler sunabilmemizin yolu da tüm dünyada desteklediğimiz temel değerleri hem yerel hem evrensel düzeyde daha iyi kavramaktan geçiyor. Yaptığımız araştırma da bize yol gösteriyor" diyor.

Ortak kaygı: Online dolandırıcılık

Araştırma her ne kadar online alışverişin yaygınlaştığını gösterse de kaygıların azalmadığını da ortaya koyuyor. Online alışverişte dolandırıcıların kurbanı olacağını düşünenlerin de sıralaması yapılmış. Araştırmaya katılanların yüzde 62'si kaygılı. Dolandırılmaktan en çok korkan iki ülke var: Yüzde 70'le Singapur ve Brezilya. Türkiye burada da ilk üçte; kaygılıların oranı yüzde 68...

Online alışverişte dolandırıcılık dışında endişe yaratan başka seçenekler de var. Yüzde 60'lık bir kesim satın alınan ürünlerin kalitesiz olması, yüzde 50'si yanlış ürün gelmesi, yüzde 42'si teslimat sırasında evde olunmaması, yüzde 37'si hesap bilgilerinin yanlış kişilerin eline geçmesi, yüzde 34'ü de satın alınan ürünlerin iadesi durumunda çıkacak masrafları gerekçe gösteriyor.

Türkleri yurtdışı korkutuyor

Türkleri korkutan bir diğer durum da yurtdışından online alışveriş yapmak. Yüzde 55'i korkusunu dile getirirken yüzde

33'lük bir kesim de "Kendi ülkemden alışveriş yapmak istiyorum" diyor. "Kendi ülkemi tercih ediyorum" sıralamasının başında ise yüzde 48 ile ABD'liler geliyor.

Yine online ödeme esnasında Türklerin en çok canını sıkkan şeyler, her ödemede tüm kart bilgilerini yeniden girme zorunluluğu (yüzde 41) ve işlemin ortasında, zaman aşımından ötürü sayfanın kapanması (yüzde 31). "Var olan online ödeme sistemlerinin yeterince basit olduğunu düşünüyor musunuz yoksa daha basit hale getirilebilecekleri fikrinde misiniz" sorusunun cevap ortalaması da ilginç. Yüzde 78'i, online ödeme yapmanın yeterince kolay olduğunu kanısında. İngilizler yüzde 87'yle listenin başını çekerken, Türkiye yüzde 73 ile 12'nci sırada yer alıyor.

Gelişmekte olan ülkeler mobil ödemeyi tercih ediyor

"Ödeme yaparken en çok neden rahatsız oluyorsunuz" sorusu yöneltilenlerden, "Para çekmek veya üzerimde para taşımak" ile "Ödememi alacak birini beklemek" arasında seçim yapmaları istendi. Brezilyalıların yüzde 48'i "Ödememi alacak birini beklemek" yanıtını verdi. Almanların yüzde 41'i ise para çekmek veya para taşımak zorunda kalmaktan şikayetçi. Bu konuda Türklerin yüzde 23'ü Almanlar, yüzde 27'siyse Brezilyalılar gibi düşünüyor.

Araştırma, online ödeme yaparken gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkelere oranla daha çok mobil cihaz kullandıklarını ortaya koyuyor. Örneğin İsraililerin yüzde 60'ı "Mobil cihazlarla online işlem yapmıyorum" derken, bu oran Çin'de sadece yüzde 10; Türkiye'deyse yüzde 40.

Borsa = Gündem

Kazanmak için

önce siz öğrenin

- ✓ Hisse senetlerindeki hareketlerin perde arkası
- ✓ Uluslararası piyasalardaki son gelişmeler
- ✓ Altın, döviz, faiz için yatırım stratejileri



Raporlar, analizler,
uzmanlardan
öneriler

Borsada
flaş gelişmeler,
son dakika
haberleri

Hepsi ve daha fazlası için

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



Bankaların uçuş yarışını hız kesmiyor

Miles&Smiles, adios, Wings, Maximiles, MilPlus, Miles&More, Pegasus Plus... Uçuş mili kazandırmak amacıyla başlatılan bu kart programlarının sunduğu ürün ve hizmetlerin sınırı yok. Uçuştan, alışverişten biriken puanlarla otobüs bileti bile almak mümkün...

inovasyon ve yaratıcılıkta dünya devlerini geride bırakan Türk bankaları, farklı beklenti ve müşteri kitlesine hitap eden kredi kartı çeşitliliğiyle dikkat çekiyor. Bunlar arasında en çok ilgi göreni ise son 10 yıldır hayatımıza giren 'mil' yani bedava uçak bileti kazandıran kredi kartları. Sektörün önemli oyuncularının keskin rekabetine sahne olan uçuş mili kazandıran kredi kartı kullanıcı sayısı da gün geçtikçe artıyor.

Özel havayolu şirketlerinin artması, neredeyse artık her ilde bir havalimanı olması, Türk Hava Yolları'nın hızlı gelişimi uçakla seyahat etmeyi lüks olmaktan çıkarıp gündelik bir ihtiyaç haline getirince bankalar da hızlı gelişen bu segmentin finansörleri olmak, bu büyüyen pastadan pay almak hatta pastayı biraz daha büyütme için kredi kartlarıyla harekete geçti. Artık sektörün önde gelen bankalarının hemen hepsinin uçuş mili kazandıran ayrı bir kredi kartı var: Garanti Miles&Smiles, Yapı Kredi adios,

Akbank Wings, İş Bankası Maximiles, ING Bank Pegasus Plus, VakıfBank MilPlus adlı ürünleriyle uçak yolculuklarının ayrılmaz parçaları haline geldi.

Bu kredi kartları sadece yapılan alışverişler üzerinden mil kazandırmakla kalmayıp bir seyahat için gerekli olan tüm noktalarda karşımıza çıkıyor. Hemen hepsi belirli bir ücret karşılığında havalimanına transfer, lounge, seyahat ve alışveriş sigortası, otopark, vale, rezervasyon, araç kiralama, özel şoför gibi müşterisinin hayatını kolaylaştıracak her hizmeti bu pakete dahil etmiş durumda. Tatil döneminin başladığı bu dönemde biz de uçuş mili kazandıran kartları inceledik. Bankaların bu konudaki yetkilileriyle görüştük. Hepsi rekabetin keskinliğinden şikayet ediyor, kamu tarafından kredi kartlarına getirilen kısıtlamaların maliyetlerini artırdığını belirtiyor. Giderek artan zorluklara karşın tüm bankalar bu alandaki hizmet çeşitliliğini artırmak için de çalışmalarını sürdürüyor.





Meriç Önder

AKBANK

Wings 2 milyon bilet verdi

Akbank, uçuş mili alanına hızlı ve farklı bir uygulamayla giriş yapmayı seçti. Tüm havayolu şirketlerinden mil kazandıran Wings kartlarıyla rakiplerinden farklılaşmayı tercih eden Akbank, bugüne kadar 2 milyon bedava uçuşa aracılık etti. Akbank Ödeme Sistemleri Bölüm Başkanı Meriç Önder, bu alanın büyüyeceği ve rekabetin artacağını düşünüyor. Önder ile Wings'in özelliklerini ve sektörün durumunu konuştuk...

Önce Wings'in oluşturulma süreci hakkında bilgi vermişsiniz? Neden böyle bir kart çıkarmaya karar verdiniz, hangi koşullar bu hizmeti vermenizi gerektirdi?

Akbank olarak 2007 yılında lansmanını yaptığımız Wings ile müşterilerimize, mil programı sunan bir kredi kartının yanı sıra hayatlarının pek çok alanında fayda sağlayacak ayrıcalıklı bir marka yaratık. Ödeme sistemlerinin zaman içindeki büyüme ve geliş-



mine paralel olarak kredi kartlarında birden fazla markayla farklı hedef kitleler için daha cazip ürünler yaratacağımızı düşündük. Farklı müşteri gruplarının farklı ihtiyaçlarına yönelik çözümlerle pazarda var olabilmek çok önemli. O zamana kadar Axess'in chip-paraları, uçak bileti satın alımında da kullanılabilirken ana sadakat programı mil puan biriktirme üzerine kurulu Wings'e yeni bir marka yatırımını yaptık. Bu yatırımı yapmamızda, tüketici ihtiyaçları ve bu beklentilere cevap verme arzumuz, Türkiye'de uçakla yolculuğun yaygınlaşması, uçağa talebin artması bize ilham verdi.

Wings'in özellikleri hakkında bilgi verebilir misiniz? Hangi havayolu şirketiyle çalışıyorsunuz, müşterilerinize sunduğunuz avantajlar, rakiplerinizle ayrılan yönleri nelerdir?

Müşterilerimiz, uçuş programı sunan Wings, Wings Black, WingsPrivate ve Wings Business kartlarımızla mil puan kazanıyor. Wings mil programı havayolu bağımsız bir program. Müşterilerimiz, biriktirdikleri mil puanlarıyla istedikleri havayolundan bilet alabiliyorlar. Wings sahiplerine sunduğumuz ayrıcalıklardan ilk akla gelenleri şöyle sıralayabiliriz:

Wings sahipleri tüm alışverişlerinden mil puan kazanıyor; kazandıkları puanları seyahat hattı üzerinden uçak bileti almak için ya da GezgınlerAlemi.com üzerinden uçak bileti, otel konaklaması, tur,

gemi turu ve seyahat sigortası almak için kullanabiliyor. Mil puanlarını istediği havayolunda dünyanın istediği yerine bedava uçmak üzere kullanabiliyor. Aldıkları tüm biletlerin alan vergilerini ve havayolu yakıt harçlarını Wings ödeyebiliyor.

Bir diğer farkımız da kontenjan kısıtlaması olmadan bilet adırabilmemiz. Öte yandan, diğer havayollarının kendi mil programından da mil kazanmaya devam ediyorlar. Wings sahiplerine seyahatleri esnasında da bazı kolaylıklar sağlıyoruz. Atatürk ve Sabiha Gökçen havalimanları iç ve dış hatlardaki lounge ve yüzde 55 indirimli vale park gibi havaalanı hizmetleri veriyoruz. Lounge hizmetine ek olarak indirimli shuttle hizmetleriyle havalimanına transferlerini sağlıyoruz. Bir diğer hizmetimiz de bedava uçak bileti kazanmak için gerekli mil puan değerlerine ulaşmayı beklemeden kartlarını aldıkları ilk günden itibaren 'avans mil puan' kullanabilmeleri. Müşterilerimize seyahat ettikleri yerlerde de bazı ayrıcalıklar yaşıyoruz. Örneğin Wings Style programı kapsamında yer alan Gurme, Travel, Wellness ve Life ile Türkiye'nin her yerinde indirimli alternatifler sunuyoruz. 100'ün üzerinde lokasyonda yüzde 20'ye varan indirimlere ek olarak birçok sürpriz



Wings sahipleriyle buluşuyor. Wings sahipleri 'karada mil' uygulamasıyla puanlarını anlaşmalı Wings Style üye işyerlerinde de kullanabiliyor. Son olarak www.wingscard.com.tr'de sadece kredi kartı bilgilerine değil Türkiye içi ya da dışındaki turistik destinasyonlarla ilgili birçok içerik ve ipuçlarına ulaşabiliyorlar.

BİLETLERİN YÜZDE 70'İ YURTIÇİNDE KULLANILIYOR

Mil kazandıran kartınızın kullanıcı sayısı nedir, diğer kredi kartlarına göre tercih edilme oranı, müşteri profili hakkında bilgi verir misiniz?

Wings, 500 bine yaklaşan ve özel yaşamı ya da iş yaşamı için seyahat eden, kendisine ve sevdiğilerine kaliteli zaman ayıran, yurtiçi ve yurtdışında uçak bileti, araç kiralama, gemi turu, otel, restoran vb seyahat ve yeme içme harcamaları yapanlarca özellikle tercih ediliyor. Wings sahiplerinin kişi başına ortalama aylık kredi kartı harcamaları, özellikle de seyahat ve yeme içme harcamaları ve kredi kartı limitleri pazarm üstünde seyrediyor.

Bugüne kadar ne kadar mil puan hediye ettiniz, kaç müşteriniz bilet kazandı, hediye millerin kullanım sıklığı nedir, hangi sezonlarda daha çok kullanılıyor?

Wings sahipleri şimdiye kadar mil puanları ile 2 milyon kez bedava uçtu. En çok mil puan kullanılan zamanlar ise yaz ayları ve resmi bayram tatili dönemleri. Mil puanların yüzde 70'i yurt içi bilet alınlarında kullanılıyor; ardından Avrupa ve Amerika geliyor.

Uçuş mili kazandıran kredi kartlarının geleceğini nasıl görüyorsunuz, bu alanda büyüme bekliyor musunuz?

Kredi kartı sektörü son yıllarda işlem hacimlerinde yüzde 20 üzerinde büyüme sağladı. Son dönemdeki düzenlemelerin ardından büyüme hızı elbette düşebilir ama sektördeki büyümenin yine de devam edeceğine inanıyoruz. Aynı paralelde uçuş mili kazandıran kredi kartları da büyümeye devam edecektir. Kart adedi konusunda da genç bir nüfusa sahip olmamız sebebiyle şanslıyız. Nitekim rakamlar da yeni müşteri kazanımının devam edeceğini gösteriyor.

DenizBank

Maliyetler artsa da müşterilerimizi 'uçuracağız'

DenizBank, 2005 yılında Lufthansa'nın sadakat programı olan Miles&More uçuş programına katılarak müşterilerine bedava uçak bileti kazandırmaya başladı. Bu sistem şu anda Star Alliance üyesi tüm havayolu şirketlerinde kullanılıyor: DenizBank Kredi Kartları Ürün Yönetimi Grup Müdürü Begüm Taşal, kredi kartlarına getirilen yeni düzenlemelerin bankaların maliyeti artırdığını belirterek "Buna karşın müşterilerimize bu hizmeti daha da geliştirerek sunmaya devam edeceğiz" diyor...

Neden uçuş mili kazandıran kredi kartı çıkarma gereği hissettiniz, hangi koşullar bu hizmeti vermenizi gerektirdi?

Müşterilerin ihtiyaçları ve beklentilerini en kapsamlı şekilde karşılamak banka olarak ilk hedeflerimiz arasında yer alıyor. Yoğun



Begüm Taşal

rekabet ortamında, öncelikli tercih edilen ürün olmak için farklılaşma gerekiyor. Biz de müşterilerimizin beklentilerine kulak vererek, 2005 yılında portföyümüze seyahatlerde avantajlar sağlayan bir kredi kartı eklemeye karar verdik. Bu doğrultuda da dünyanın en büyük uçuş programı olan Star Alliance üyesi Lufthansa ile işbirliği oluşturduk.

26 HAVAYOLU ŞİRKETİNDE GEÇERLİ

Uçuş mili kazandıran kartınızın özellikleri hakkında bilgi verebilir misiniz? Müşterilerinize sunduğunuz avantajlar, rakiplerinize ayrışan yönleri nelerdir?

DenizBank olarak uçuşlarda avantaj sağlayan kredi kartı için Lufthansa Alman Havayolları'nın sadakat programı olan Miles&More uçuş programıyla işbirliği yapıldı. Miles&More, 1993 yılında Lufthansa'nın frequentflyer programı olarak kurulmuştu. Dünya çapında 10 milyon müşteriyle Avrupa'nın en başarılı uçuş programlarından biri.

Uçuş mili kazandıran kredi kartımız Miles&More ile Lufthansa başta olmak üzere, THY'nin de bulunduğu Star Alliance üyesi 26 farklı havayolu şirketiyle yapılan uçuşlardan mil kazanılabilir ve kazanılan millerle ücretsiz uçak bileti alınabilir. Kredi kartıyla yapılan her 2 TL tutarındaki harcamadan 1 mil kazanılıyor. Ayrıca, anlaşmalı oteller ve araç kiralama servislerinden de mil kazanma avantajı sunuyoruz. DenizBank shuttle hizmetinden İstanbul, Ankara, İzmir ve Antalya'da yüzde 30 indirimli faydalanabiliyorlar.

Mil kazandıran kartınızın kullanıcı sayısı nedir, diğer kredi kartlarına göre tercih edilme oranı, müşteri profili hakkında bilgi verir misiniz?

Miles&More kredi kartımı ağırlıklı olarak yüksek gelir segmentine mahsup bir kitle tercih etmektedir. Gerek limit gerekse ciro bakımından Miles&More verileri, kart portföyümüzün genel ortalamasının üzerinde seyrediyor.

Uçuş mili kazandıran kredi kartlarının geleceğini nasıl görüyorsunuz, bu alanda büyüme bekliyor musunuz?

Bankacılık sektörü müşterilerin beklenti ve ihtiyaçları kulak vererek ilerliyor. Küreselleşmeyle herkesin bir tuşla dünyaya ulaşabildiği günümüzde, kişilerin yaşam alanlarının her noktasında finansal hizmetler yer alıyor. Eskiden lüks tüketim olan seyahat harcamaları, büyük bir kesim için neredeyse artık temel bir ihtiyaç kapsamında yer almaya başladı. Bu tür programların yüksek maliyetlerine ek olarak bazı yasal düzenlemelerle sektörün kârlılığı azalsa da bankalar olarak bu alanda memnuniyet sağlamaya devam edeceğimizi düşünüyorum.



THY ile güçlerini birleştirdi

Garanti Bankası ve Türk Hava Yolları işbirliğiyle çıkarılan Miles&Smiles, Türkiye'nin ilk uçuş mili kazandıran kredi kartı. Daha önce Shop&Miles adıyla bu hizmeti veren Garanti, daha sonra Türk Hava Yolları'nın özel programı Miles&Smiles ile hareket etme kararı aldı.

Bankanın bu alanda sunduğu kartlar da farklılık gösteriyor. Kartlardan bazıları MasterCard, bazıları ise American Express özellikli. Müşterilerin harcama tutarları ve gelir seviyelerine göre ise Miles&Smiles, Miles&Smiles Platinum ve Miles&Smiles Prive olmak üzere üç kategoride veriliyor:

Kartı American Express olanlar harcamalarında yüzde 15 daha fazla mil kazanıyor. THY Miles&Smiles Özel Yolcu Programı statüsü Classic Plus olanlar alışverişlerinden yüzde 25, Elite ve Elite Plus olanlar ise yüzde 50 daha fazla mil kazanıyor. Ayrıca biriken milleri THY Miles&Smiles Özel Yolcu Programı'nda üst statüye geçmek için de kullanmak mümkün.

Platinum müşterileri Miles&Smiles kredi kartına ek olarak seyahat ve concierge hizmetlerinden faydalıyor; otel, restoran ve yüzlerce seçkin markada yüzde 10-15 oranında özel indirim kazanabiliyor. Prive kart sahipleri ise dünyanın bir numaralı concierge kulübü Quintessentially'ye indirimli sahip oluyor.

Miles&Smiles'in sunduğu bir diğer fırsat da Priority Pass Card. Tüm dünyada 600'ü aşkın havaalanı CIP salonundan yararlanma fırsatı veren bu kart için ekstra ücret ödemek gerekiyor.

Miles&Smiles Prive sahipleri, yurtiçinde American Express ile yüzlerce markada özel indirimlerden yararlanabiliyor. Ayrıca zamana meydan okuyan şehirlerin kemikleşen en iyi ve en yeni adreslerini, tasarım klasiği olmaya aday ürünleri, taze kalan trendleri, tasarımcıları, sanatçıları, müzisyenleri bir araya toplayan Bone dergisin ücretsiz üye olabiliyorlar. Transferler için havalimanına shuttle, araç kiralama, özel şoför, havalimanında otopark ve vale hizmetleri de var. İsteyenler alışveriş ve seyahat sigortası hizmetlerinden de indirimli yararlanabiliyor.



Bir yılda 100 bin müşteriye ulaştı

Uçuş mili kazandıran kredi kartı ailesinin en yeni üyesi ING Bank oldu. 2013 yılında Pegasus ile bir anlaşma yapan ING Bank, müşterileri için ING Bank Pegasus Plus Kart çıkardı. ING Bank Dağıtım Kanalları, CRM ve İş Ortaklıkları Direktörü Alper Gökğöz, kısa bir süre önce bu alana girmelerine karşın düzenledikleri kampanyalara yoğun ilgi olduğunu söylüyor. Gökğöz, Pegasus Hava Yolları ile işbirliği sürecini şöyle anlatıyor:

"ING Bank olarak kart pazarında büyüme hedeflerimize paralel olarak özellikle orta ve üst gelir grubu sık uçan müşterileri bankamıza kazandıracak sektördeki en iyi uçuş kartını yaratma düşüncesiyle stratejik iş ortaklığımız başladı. Ve 2013 yılında Pegasus Hava Yolları ile Pegasus Plus çatısı altında yer alacak ve Pegasus misafirlerine maksimum faydayı sağlayacak bir kredi kartı oluşturma sürecinde bir araya geldik."

İş ortaklığının ürünü olan ING Pegasus Plus Kart ile müşterilerine maksimum faydayı sağlamak istediklerini belirten Gökğöz, "Piyasada var olan ürünlerden farklı olmasını istedik; bu nedenle de kartımızın yıllık aidatı olmamasına karar verdik" diyor.

Pegasus Plus Kart sahipleri, kartlarıyla yaptığı tüm harcamalardan yüzde 2 oranında UçuşPuan kazanıyor. Üyeler Pegasus Hava Yolları'nda yaptıkları tüm harcamaların yüzde 2'si oranında UçuşPuan kazanıp bu puanları kontenjan sınırı veya tarih kısıtlaması olmaksızın ister indirim olarak kullanabiliyor; isterse de bilet tutarının tamamını vergiler de dahil olmak üzere UçuşPuanlarıyla ödeyebiliyorlar. Alper Gökğöz, "Programda her bir UçuşPuan 1 TL değerinde kullanılıyor. Aynı zamanda Pegasus Plus Kart sahipleri, Pegasus'un uçuş programı Pegasus Plus'ın da üyesi olarak programın tüm avantajlarından faydalıyorlar. Pegasus Plus Kart aynı zamanda Bonus kart özellikli olduğu için tüm Bonus üyesi işyerlerinde bonus kazanmak, taksitli alışveriş



yapmak, bonus kampanyalarından faydalanmak mümkün" diyor. ING Bank'ın yeni kredi kartı daha bir yaşını

doldurmadan 100 bin kişiye ulaşmış. Müşteri kitlesini “çalışan, eğitilmiş, orta ve orta-üst gelir segmentinde yer alan ve sık seyahat eden” kişilerden oluştuğunu belirten Gökğöz, müşterilerinin kampanyalara oldukça duyarlı olduğunu ifade ediyor. 10 Haziran-10 Temmuz arasında kart başvurusu onaylanan müşterilere yurtiçi ve yurtdışı hediye bilet kampanyası düzenlediklerini hatırlatan Gökğöz, oldukça tatmin edici sonuçlar elde ettiklerini; 10 binin üzerinde müşteriyi hediye biletle uçurduklarını vurguluyor.

Bankacılığın her alanında olduğu gibi uçuş kartlarında da yoğun bir rekabet olduğuna dikkat çeken Gökğöz, beklentilerini şöyle ifade ediyor: “Uçakla seyahat rahatlığından her geçen gün daha geniş kitleler faydalanıyor. Havayolu ulaşımı artık yalnızca üst gelir grubunun sahip olduğu bir ayrıcalık olmaktan çıkarak tabana yaygın bir alışkanlık haline geldi. Bu trende devam ettikçe uçuş kartları da değerini koruyacaktır. Bununla birlikte kredi kartı sektöründe yasal düzenlemeler nedeniyle daralan kâr marjlarının diğer kartlarda olduğu gibi uçuş kartlarına da yapılan yatırımı ve kampanyaları olumsuz etkileyeceği düşünülebilir.”



“Bulduğunuz biletin fiyatı neyse, mili de o”



Murat Atalay

2009 yılında İş Bankası müşterileri için çıkarılan Maximiles kartı kullanıcılarının sayısı 700 bine ulaştı. Karışık mil tabloları yerine bilet fiyatı kadar mil kullandırdıklarını hatırlatan İş Bankası Bireysel Bankacılık Pazarlama Bölüm Müdürü Murat Atalay, yurtdışı uçuşları özendirdiklerini de belirtiyor. Maximiles sahipleri, milin yanı sıra servis, otopark, indirimler, lounge, sigorta gibi birçok ürün ve hizmeti de kullanabiliyor...

Bankanızın uçuş mili kazandıran kredi kartının oluşturulma süreci hakkında, bilgi verir misiniz? Neden böyle bir kart çıkarmaya karar verdiniz, hangi koşullar bu hizmeti vermenizi gerektirdi?

Ülkemizde özel havacılığın gelişimi ve havayolları arasındaki rekabetin fiyatlara olumlu yansımaları sonucunda seyahatlerinde havayolunu tercih eden müşteri sayısının artması ve kartlı ödeme piyasasında mil kazandıran özellikli kredi kartlarının yer alması neticesinde seyahatlerinde özellikle havayolu kullanmayı tercih eden müşterilerimize yönelik yeni bir kredi kartı ürünü sunma fikri ortaya çıktı. Müşterilerimizin de bu yöndeki beklentilerini dile getirmeleri ve bankamıza ait mil programına sahip bir uçuş kartı kullanmak istemeleri sonucunda Ocak 2009’da, tatil veya iş amaçlı olarak sıklıkla seyahat eden ve seyahat harcamalarına yönelik avantaj ve ek hizmetlerle ilgilenen kişilerin beklenti ve ihtiyaçlarına

cevap vermek üzere uçuş kartımız Maximiles’i hizmete sunduk. Maximiles’in çıkış noktası, hâlihazırda müşterilerin kullandıkları uçuş kartlarından farklı, uçuş kartı kullanıcılarının yaşadıkları deneyimleri dikkate alarak, mevcut mil programlarının çözüm bulamadığı ihtiyaçlara odaklanan bir program oluşturmak oldu. Bu maksatla, mevcut uçuş kartlarının getirdiği mil tabloları, sezon farkları gibi kavramların dışına çıktık ve müşterilerin uçak biletini buldukları fiyata almalarını sağlayacak pratik bir mekanizma kurguladık.

Maximiles’in özellikleri hakkında bilgi verebilir misiniz?

Maximiles’i benzerlerinden ayıran en önemli özelliği, müşterilere hesaplaması zor, bilet fiyatından bağımsız olarak banka tarafından belirlenen sabit mil tutarları söylemek yerine, kolay hesaplanabilir, şeffaf ve pratik bir mil programı sunması. Maximiles, diğer birçok uçuş kartının getirdiği mil tabloları, sezon farkları gibi kavramların dışına çıkılarak müşterilerimizin uçak biletini buldukları fiyata almalarını sağlayacak bir uçuş programı olarak tasarlandı.

“Bulduğunuz biletin fiyatı neyse, mili de o” mesajıyla diğer uçuş kartlarından farklılığını ortaya koyan Maximiles ile önceden belirlenmiş sabit tutarda mil toplamaya gerek kalmadan, yurtdışı uçak bileti almalarında istenen uçak biletinin fiyatına eşit tutarda MaxiMil biriktirmek yeterli oluyor. Yurtdışı uçak bileti almalarında ise Maximiles sahipleri, biriktirdikleri MaxiMilleri uçacakları destinasyona göre 1.5 kat veya 2 kat değerli olarak kullanma fırsatına sahip oluyor. Maximiles Select ve MercedesCard sahibi müşterilerimiz, İstanbul Atatürk, Ankara Esenboğa ve İzmir Adnan Menderes Havalimanları Dış Hatlar terminallerinde bulunan Millennium Lounge’dan kartlarını aktif olarak kullanmaları halinde ücretsiz olarak yararlanıyor.

Öte yandan İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Adana, Kayseri



ve Çorlu'da havaalanı ulaşımını için shuttle hizmetimiz de var. Çeşme, Bodrum, Fethiye, Dalaman, Belek, Olimpos, Kalkan, Manavgat, Alanya, Kemer ulaşımında da hizmet veriyoruz. İstanbul Atatürk Havalimanı'na özel otomobilleri ile gitmeyi tercih eden müşterilerimiz içinse indirimli otopark hizmeti ayrıcalığı sunuyoruz.

VakıfBank

VakıfBank MilPlus'la otobüs bileti de veriyor



Kredi kartı pazarında 'World çatısı' altında müşterilerine hizmet veren Vakıf-

Bank, MilPlus programıyla hem havada hem karada mil kazanıyor. VakıfBank ve World üye işyerlerinin yurtiçi ve yurtdışındaki tüm alışverişlerinden kazanılan Worldpuanları isteyen MilPlus'a dönüştürüp uçak ve otobüs bileti alabiliyor. Banka, MilPlus'la yurtiçi ve yurtdışı uçak bileti alırken Worldpuanları 3 ile çarpıyor ve müşterinin istediği havayoluyla seyahat etmesini sağlıyor. Ayrıca puanları inaz uçak biletini almaya yeterli olmayanlara da Avans MilPlus kullanıyor. MilPlus, taksitli uçak bileti alma fırsatı da sunuyor.

Yurtiçi otobüs biletleri, otel ve tur rezervasyonu yaptırmak isteyenlerin Worldpuanları da ikiye katlanıyor. Banka, müşterilerine Milplus kapsamında Varan ve Ulusoy firmalarından bedava otobüs bileti veriyor. Araç kiralama, İstanbul Atatürk ve Sabiha Gökçen, Ankara Esenboğa, İzmir Adnan Menderes ve Antalya havalimanlarına transferleri sağlayan shuttle hizmeti veren MilPlus programı, eğitim planlamasına da yardımcı oluyor. Yurtdışı üniversite hazırlık paketleri, yurtdışı yaz-kış okulları ve yurtdışı profesyonel eğitim paketlerini de bankanın eğitimli kadrolarıyla planlamak mümkün.

YapıKredi

Yapı Kredi adios'la uçuruyor

Uçuş kartı alanına 5 yıl önce aidos ve adios Premium'la giriş yapan Yapı Kredi, avantajlı mil kazanmanın yanı sıra müşterilerine özel hizmetler de veriyor. Yapı Kredi Bireysel Bankacılık ve Karth Ödeme Sistemleri Grup Direktörü Serkan Ülgen "İndirimler, kampanyalar, servis olanağı, aile puanlarını birleştirme, vergileri puanla ödeme gibi ek avantajlar sayesinde müşteri sayımız 800 bine ulaştı" diyor...

adios'un özellikleri hakkında bilgi verebilir misiniz? Rakiplerinizle ayrışan yönleri var mı, müşterilerinize havalimanlarında ek hizmetler veriyor musunuz?

adios, sık seyahat eden müşterilerimiz için hazırlandı. Yapı Kredi olarak, adios'u seyahati yalnızca fiziki bir eylem olmanın ötesinde kişiye özel bir deneyim olarak da yaşamak isteyenler için tasarladık. 5 yıldır da adios'la seyahat tutkunu müşterilerimize avantajlı fırsatlar sunuyoruz. adios ve adios Premium ile kazanılan puan-

lar uçak yolculuklarının yanı sıra kara ve deniz ulaşımından araç kiralamaya, otel konaklamalarından tur paketi satın almaya kadar tüm seyahat harcamalarında kullanılabilir. Worldcard'ın tüm özelliklerine sahip olan ve tüm kampanyalarından yararlanabilen adios ve adios Premium ile günlük alışverişlerden, kampanyalardan kazanılan puanlar seyahat için kullanıldığında 5 kata kadar daha değerli hale geliyor. Bunların yanı sıra puanlarla alınan uçak biletleri için alan vergisi de ödenmiyor.

Puanların yetmesi durumunda Avans Puan kullanılabilir.

Aile Puanı uygulamasıyla da aile bireyleri arasında puanlar birleştirilerek çok daha kolay seyahat edilebiliyor. Ayrıca refakatçi bileti sayesinde kredi kartıyla satın alınmış bir biletle uçan adios ve adios Premium sahipleri, ikinci bilete yüzde 25 daha düşük puanla sahip olabiliyor. 100 TL ve üzeri tüm yurt dışı ve duty free alışverişlerinde 3 taksit ayrıcalığından yararlanabilen adios ve adios Premium sahipleri, İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı'ndaki duty free mağazasında yaptıkları alışverişlerde ise yüzde 5 indirimden yararlanıyorlar.

Yapı Kredi Shuttle ile Adana, Ankara, Antalya, Çorlu, İstanbul Atatürk, İstanbul Sabiha Gökçen, İzmir ve Kayseri Havalimanı transfer hizmetinden ise yüzde 30 indirimle yararlanabiliyorlar. Ayrıca Yapı Kredi Seyahat Hattı üzerinden tercih ettikleri havayolu firması için sezon ve yer kısıtlaması yaşamadan uçak biletlerini alabiliyorlar.

Ücretsiz sunulan yurtdışı seyahat sigortası sayesinde güvenle seyahat ederken vize işlemleri için gerekli olan sigorta poliçesini ayrıca almalarına da gerek kalmıyor. Yapı Kredi Seyahat Hattı üzerinden adios ve adios Premium kartlarla yapılan tüm seyahat harcamalarında 9 aya varan taksit imkanı sunuluyorken, yapılan harcamalarda ekstra puan kazanılabiliyor.

Mil kazandıran kartınızın kullanıcı sayısı nedir, diğer kredi kartlarına göre tercih edilme oranı, müşteri profili hakkında bilgi verir misiniz?

Bugün adios ve adios Premium'a sahip yaklaşık 800 bin müşterimiz bulunuyor. Müşteri profilini, iş ya da turistik amaçlı sık seyahat eden bir kitle olarak ifade edebiliriz.



Serkan Ülgen



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

Abone Formu

PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE



Yılda 12 sayı yayınlanan PSM Dergisi'ne abone olmak istiyorum.

Adı Soyadı:

Adresi:

Posta Kodu: Şehir:

Tel: Faks:

Ödeme Bilgileri

Yıllık abonelik bedeli olan 120 TL'yi
Medya Gündem Digital Yayıncılık Ticaret A.Ş.'nin

- Türkiye İş Bankası Taksim (1052) Şubesi 0895916 no'lu hesabına yatırdım, fotokopisi ektedir.
- Garanti Bankası Cumhuriyet Caddesi Şubesi (772) 6299155 no'lu hesabına yatırdım, fotokopisi ektedir.
- Denizbank Harbiye Şubesi (2060) 7716533-351 no'lu hesabına yatırdım, fotokopisi ektedir.

Bu formu 0 212 238 72 07 no'lu faks ya da Cumhuriyet Cad. No:181 Efser Han Kat:8 Harbiye - Şişli / İstanbul adresine gönderiniz.

Son bir yılda POS sayısı 100 bin artışla 2.37 milyon oldu

TABLO 1

Ticari kredi kartlarının kullanımı arttı

Türkiye'deki 57.3 milyon kredi kartının yüzde 4.7'si ticari kartlardan oluşuyor. Haziran ayı sonu itibarıyla Türkiye'de kullanımda olan ticari kredi kartı sayısı 2.7 milyon. Bu rakam, 2013 yılının aynı ayına göre yüzde 28 artışa işaret ediyor. 13 Mayıs 2014 tarihinde yayımlanan yönetmelikle taksitli ödemelerde sektör ayırımının kaldırılması ticari kredi kartlarının kullanımını da artırdı. Haziranda kredi kartıyla ödemeler geçen yılın aynı ayına göre yüzde 11 artarken, ticari kredi kartlarıyla yapılan ödemelerdeki artış yüzde 42 seviyesinde oluştu.

Ticari kredi kartlarının toplam kredi kartları içindeki payı

Toplam kredi kartı (Milyon adet)

2013 Haziran 56.5

2014 Haziran 57.3

%1
Değişim

2013 Haziran 3.8
2014 Haziran 4.7

Ticari kredi kartı (Milyon adet)

2013 Haziran 2.1

2014 Haziran 2.7

%28
Değişim

Ticari kredi kartlarının
toplam içindeki payı (%)



TABLO 2

Ticari kredi kartlarıyla ödemelerin
toplam kredi kartındaki payı

Kredi kartları toplam
ödeme tutarı (Milyar TL)

2013 Haziran 32.7

2014 Haziran 36.3

%11
Değişim

2013 Haziran 14
2014 Haziran 18

Ticari kredi kartları
ödeme tutarı (Milyar TL)

2013 Haziran 4.5

2014 Haziran 6.5

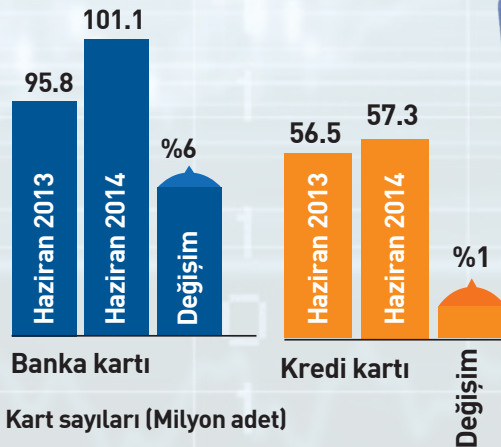
%42
Değişim

Ticari kredi
kartlarının toplam
içindeki payı (%)

TABLO 3

Banka kartı sayısı 101 milyonu geçti

Banka kartlarının yükselişi sürüyor. Haziran ayı sonu itibarıyla Türkiye'de kullanımda olan banka kartı sayısı 101.1 milyona ulaştı. Bu rakam, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 6 artışa denk geliyor. Aynı dönemde kredi kartı sayısında ise sadece yüzde 1 artış kaydedildi.



TABLO 4

Haziranda 39 milyar TL'lik kartlı ödeme yapıldı

Haziran ayında, geçen yılın aynı ayına göre banka kartıyla yapılan ödemelerde yüzde 35, kredi kartıyla yapılan ödemelerde ise yüzde 11 artış kaydedildi. Toplam kartlı ödemelerdeki artış ise yüzde 12 seviyesinde oluştu.

Banka kartı

Haziran 2013 1.9

Haziran 2014 2.6

%35 Değişim

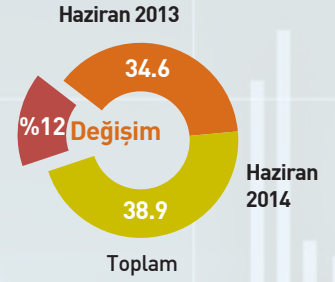
Kredi kartı

Haziran 2013 32.7

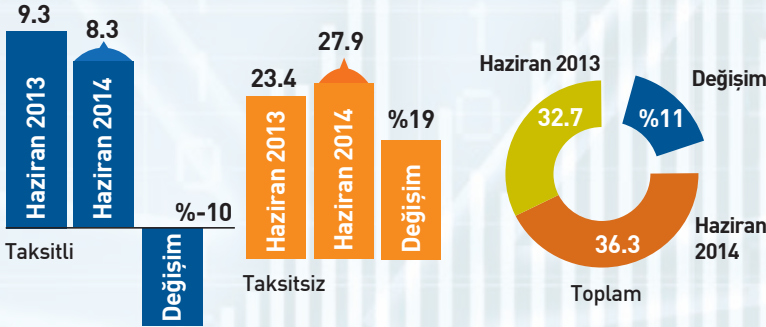
Haziran 2014 36.3

%11 Değişim

Kartlı ödeme tutarı (Milyar TL)



Kredi kartıyla ödeme tutarı (Milyar TL)



TABLO 5

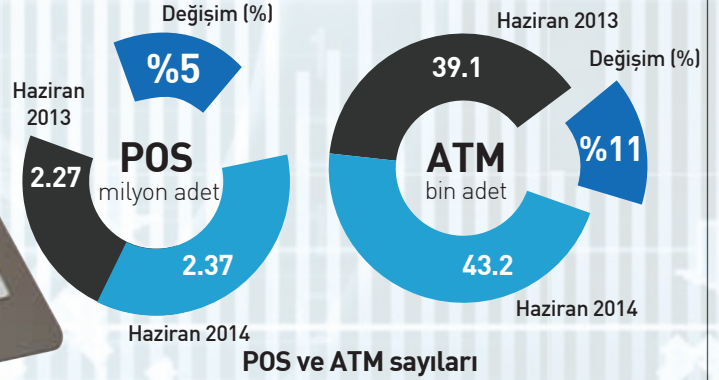
Taksitli ödeme tutarı yüzde 10 azaldı

Kartlı ödemelerin ayrıntısına bakıldığında, taksit yasağı ve sınırlamaların işe yaradığı gözleniyor. Haziran ayında, 2013 yılının aynı ayına göre taksitli ödemelerin tutarı yüzde 10 azalarak 8.3 milyar TL'ye geriledi. Taksitsiz ödemelerde aynı aya göre yüzde 19 artışla 27.9 milyar TL oldu.

TABLO 6

POS sayısı 100 bin adet arttı

Mobil POS'ların yeni nesil ödeme kaydedici cihazlar (yazarkasa POS) ile değiştirilme zorunluluğu POS pazarını hareketlendirdi. Türkiye pazarındaki POS cihazı sayısı, 2013 yılının haziran ayına göre 100 bin adet artışla 2.37 milyona yükseldi. Aynı dönemde ATM sayısı ise yüzde 11 artışla 43.2 bine ulaştı.

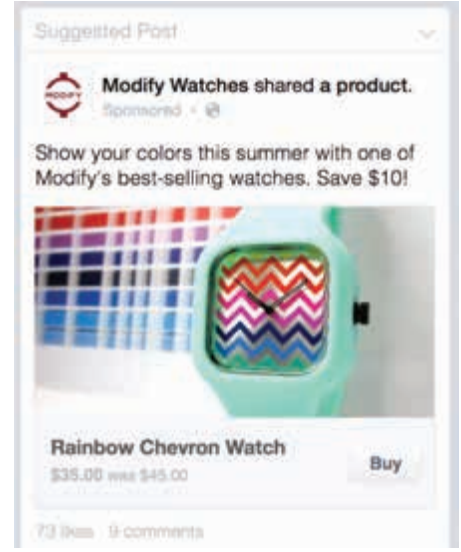


KART SAYISI VE İŞLEM VERİLERİ

	Kart sayısı		İşlem adedi		İşlem tutarı (Milyon TL)	
	Kredi kartı	Banka kartı	Kredi kartı	Banka kartı	Kredi kartı	Banka kartı
1. DÖNEM			649.748.798	348.891.794	96.954,32	82.754,42
2. DÖNEM			707.670.644	391.139.311	106.976,39	90.781,17
3. DÖNEM			700.423.222	375.636.731	110.451,32	93.476,29
10-EKİM	56.682.219	98.334.683	223.831.460	128.510.924	35.848,30	33.283,67
11-KASIM	56.741.654	99.333.981	216.108.662	129.830.600	35.287,83	31.049,67
12-ARALIK	56.835.221	100.164.954	232.424.274	134.877.306	38.380,08	32.501,44
4. DÖNEM			672.364.396	393.218.830	109.516,22	96.834,79
2013 YILI TOPLAM			2.730.207.060	1.508.886.666	423.898,27	363.846,69
2014						
01- OCAK	56.787.886	100.919.067	226.364.326	132.544.668	38.169,62	32.252,68
02- ŞUBAT	57.019.319	101.236.891	203.774.588	127.412.971	31.722,31	32.137,15
03- MART	57.289.670	102.234.029	229.976.267	147.206.764	36.920,22	34.516,80
1. DÖNEM			660.115.181	407.164.403	106.812,15	98.906,64
04- NİSAN	57.242.835	100.757.343	229.952.911	146.543.610	37.735,17	34.499,16
05- MAYIS	57.317.236	100.511.908	241.276.190	154.175.900	40.631,43	35.902,14

Sosyal medyadan alışveriş için bile çıkış yok!

Facebook, kendi sisteminden ayrılmadan ürün satın almaya izin verecek yeni satın alma butonunu test etmeye başladı...



Sosyal paylaşım sitesi Facebook, üyelerinin sayfasını ya da uygulamalarını terk etmeden de diğer ticari kuruluşlardan ürün ya da hizmet satın alabileceği, ödeme yapabileceği bir sistem üzerinde çalışıyor. Şimdilik bu sistem, birkaç küçük ve orta büyüklükteki işletmeyle, ücret uygulanmaksızın "Al" butonunu test etme şeklinde ilerliyor. Facebook, söz konusu butonu haber bildirim sayfasında, mesajlar ve reklamlar bölümünde kullanacak. Peki bu sistem, ürün satan firmalar açısından eninden sonunda ücretli olabilir mi? Konunun uzmanları, gelecek dönemler için bu seçeneğin tamamen dışlanamayacağı görüşünde. Sistemin nasıl işleyeceğine gelince... Tıklayınca sizi satıcının sitesine yönlendiren linkler yerine doğrudan "Al" butonuyla Facebook sayfası üzerinde satın alma işlemi yapılabilir. Bu sistemin dönüşüm oranlarını artırması ve sosyal ağların perakendecilerce kullanımını kolaylaştırması bekleniyor. Elbette bu uygulamadan yararlanmak için kredi kartı ya da online ödeme yapabileceğiniz diğer alternatif araçlarla ilgili bilginizi Facebook sistemine tanımlamanız gerekiyor. Kredi kartı bilgilerinizi bir kez tanımlamak yeterli; daha sonraki alışverişlerde yeniden bilgi istenmeyeceği belirtiliyor. Bu uygulamada güvenliğin Facebook tarafından sağlanacağını; ödeme ayrıntılarının, özel bilgilerin reklamverenlerle, diğer

satıcılarla kesinlikle paylaşılmayacağını altı çiziliyor.

Facebook daha önce de denemişti

Facebook geçtiğimiz yıllarda e-ticaret konusunda benzer atılımlar yapmıştı. 2012 yılında Pinterest tarzı ürünlerinde "Al" butonları denenmişti. Geçen yıl hayır kurumlarına bağış yapma imkanı sunan "Bağışla" botunu da bu örnekler arasında yer almıştı. Son olarak ise "Facebook ile otomatik doldurma" uygulaması test edilmişti. Ancak bu uygulama, ödeme detaylarımızı üçüncü taraf bir ticari siteden alım yaparken girmenize imkan tanıyordu. Şimdi ise bu satın almayı Facebook'un duvarlı bahçelerinden ayrılmadan yapabilme imkanı sunuluyor.

Son dönemde "Al" butonu Twitter'da da boy göstermiş ve şirketin e-ticaret işlemlerine aracılık etme isteğini yansıtmıştı. Bu yöntem ayrıca Pinterest'in e-ticarette daha sağlam bir yere sahip olmasını sağlamıştı.

Ciddi para kazanmayı planlıyor

Test sonuçları başarılı olur ve uygulamaya geçerse Facebook eninde sonunda bu uygulamadan para kazanacak. Bunu da yapılan işlemlerden komisyon alımı ya da gelir paylaşımı yoluyla sağlayacak. Şirket ayrıca bu satın almaları reklamveren-

lere verdikleri reklamların geri dönüşünü ispat etmek ve onları daha büyük reklam kampanyalarını satın almaya ikna etmek için kullanacak. Kredi kartı bilgilerini toplamak ise Facebook'un diğer ticari girişimleri açısından yardımcı olabilecek bir unsur.

E-ticaret açısından önemli bir sorun, satın almayı planlayanların sıklıkla ödeme yapmasını sağlamak. Tüketicilerin ödeme ekranını kontrol etmesi en büyük zorluk olarak gösteriliyor. Kredi kartı numaralarını ve diğer bilgileri girmek de onu takip ediyor. İşte Facebook, bu iki zorlu aşamayı da "Al" butonu sayesinde ortadan kaldırmayı öngörüyor. Aslında benzer bir uygulama Apple Store üzerinden da yürütülüyor. Sadece şifre girilerek alışveriş yapılıyor, tutar otomatik olarak kayıtlı karta yansıtılıyor.

Kısacası Facebook, arkadaşlardan kopmadan yapılacak alışverişlerde kendi ödeme sistemini kurarak yeni bir alışveriş ağı kurmayı planlıyor.



KUYRUK SORUNUNU MOBİL SİPARİŞLE ÇÖZECEK



Starbucks, mobil ödemeler konusunda beklentilerin ötesine geçmeyi planlıyor. Mobil ödeme fikrinin çizim tahtasında kabataslak görünmesinin ardından 10 yıl geçtikten sonra nihayet müşterilerinin kahve siparişlerini cep telefonları aracılığıyla vermesine imkan

tanımaya hazırlanıyor. Mobil siparişlerdeki artış ivme kazanırken Starbucks, artık bu gelişmelere izleyici kalmak istemiyor.

Şirketin geniş ölçüde başarı sağlayan mobil uygulamalarının bu noktada durması da beklenmiyor. Seattle merkezli kahve devi, kısa bir süre önce yaptığı açıklamada, ABD'deki mağazalarındaki işlemlerin yüzde 14'ten fazlasının bu uygulamayla yapıldığını belirtmişti. Starbucks'ın dijital faaliyetlerden sorumlu en üst düzey yetkilisi Adam Brotman, bunun kafa karıştırmaması gerektiğini, ne kadar uzun sürerse sürsün eninden sonunda bu teknolojiyi ülke geneline yayacaklarını vurguladı.

Starbucks bu süreci iyi yönetebilirse yeni uygulama mevcut müşterileri daha sadık hale getirecek; en yoğun saatlerde bile uzun süre beklemekten kurtulma imkanı sağlayacak. Tabii bu uygulama beraberinde bazı riskler de getiriyor. Siparişin geç hazırlanması ya da hazırlandıktan sonra uzun süre bekleyerek soğuması ağız tadını kaçırabilir. Starbucks bunun farkında ve sipariş sürecine yönelik çeşitli testler yapıyor. Bu testler Seattle'daki örnek bir mağazada yapılıyor. Brotman ayrıca, farklı içeceklerin soğuma süreleri üzerine de çalışmalar yürütüldüğünü açıkladı.

Starbucks'ın bu girişimi, Amerikalıların biri ürünü satın almak ya da sipariş etmek için telefonlarındaki mobil uygulamaları giderek artan bir şekilde kullanmaya başlamalarıyla paralel olarak gündeme geldi. Uber, Lyft gibi taksi çağırma hizmeti sunan şirketler bu konuda büyük şehirleri ele geçirmiş durumda. Chiptole gibi büyük gıda zincirleri de söz konusu uygulamayı yüksek oranda kullanmanın keyfini sürüyor.

DİJİTAL ÖDEMEDE ÖDÜL DÖNEMİ

Dijital ödeme sistemlerinin rekabeti giderek kızışıyor. Mobil cüzdanların fonksiyonelliği, tüketici dostu özellikleri her geçen gün ilgi ve talebe daha çok yansıyor. Visa Checkout olarak adlandırılan programın uygulamaya girmesinin ardından PayPal da yeni bir sadakat programına ihtiyaç duydu. "Paypal Seçkin" olarak Türkçeye çevirebileceğimiz bu program, şirketin dijital ödeme ağını en çok kullanan özel müşterilerine ödül sunmayı öngörüyor. PayPal, eBay'de yapılan işlemlerde mobil araçların kullanımını artırmaya çalışırken, bu konuda sadakat programlarını "havuç" olarak kullanmayı planlıyor.

"Seçkin" müşteriler arasına girebilmek için üyelik şartı aranıyor. Ancak henüz PayPal'ın bu konudaki seçimlerinin PayPal Avantajı'ndan ne gibi farklılıklar içereceği netlik kazanmış değil. Hatırlanacağı gibi PayPal Avantaj, 2011 yılında yüksek değerdeki kullanıcılar için bir sadakat programı olarak uygulamaya konmuş, ancak Ocak 2013'te sonlandırılmıştı. PayPal Avantaj da benzer avantajlar sunuyor; tüketici desteğinde öncelik, özel tekliflere erken erişim, indirim gibi unsurlar içeriyordu. PayPal Avantaj'a kayıt olabilmek için son bir yıl içinde PayPal kullanarak en az 5 bin dolarlık harcama yapmak gerekiyordu...

Bu arada Visa Checkout sisteminin, kullanıcıların dijital kart bilgilerinin satıcıda değil Visa bünyesinde tutulmasına olanak sağladığını da belirtelim.





İlk merkez bankası Amsterdam'da kuruldu

Halk arasında "bankaların bankası" olarak adlandırılan merkez bankaları (milli banka, merkezi milli banka) bulunduğu ülkenin parasından, para değerinden ve para sahasından sorumlu. Gelişmiş ülkelerdeki merkez bankalarının asıl hedefi para biriminin ve para istikrarının sürdürülmesi şeklinde belirlenmiş durumda. Merkez bankasının bankacılık sektörünün son mercii olmak, faiz haddinin kontrolü gibi görevleri de var. Yerine göre bankaları ve diğer finansal kurumlarını, tedbirsizlik ve dolandırıcılığa karşı denetlemek gibi yetkileri de olabiliyor.

Günümüzde birçok zengin ülkenin, siyasi müdahaleleri engelleyen yasalarla görev yapan, bağımsız merkez bankaları bulunuyor. Kararları dünya çapında etkili olan merkez bankalarını ise FED (Amerikan Merkez Bankası), ECB (Avrupa Merkez Bankası) BoE (İngiltere Merkez Bankası) ve BoJ (Japonya Merkez Bankası) şeklinde sıralayabiliriz.

Amsterdam Bankası'nın ömrü 10 yıl sürdü

Merkez bankalarının geçmişi 17'nci yüzyıla kadar uzanıyor. O dönemde Avrupa kıtasına yayılan küçük bankalar kendi madeni paralarını basmış, hükümetler de ticareti desteklemek için para birimi birliklerine daha çok önem vermeye başlamıştı. 1609 yı-

lında merkez bankası benzeri ilk finans kurumu olarak Amsterdam Bankası kuruldu. Ancak bir yandan savaş borçları, diğer yandan da Hollandalı "East India Company" adlı şirketin ödeme imkânının kalmaması nedeniyle bu banka 1819 yılında battı.

Günümüzdeki tanımına en uygun merkez bankası olarak İsveç Riksbank (İsveç Risk Bankası) gösteriliyor. Devletin servetinin önemli bir bölümü, Stockholms Banco'nun 1656 yılında hükümet tarafından özel yetkili bir kurum haline getirilmesiyle oluşan bu bankada yatırılmaya başladı. Hala da İsveç'te kamuya aktarılan kaynaklar bu bankada değerlendiriliyor.

1694 yılında ise benzer işlevi görmek üzere İngiltere Merkez Bankası kuruldu. Bu bankanın en önemli görevi ise devlete borç para vermektir. İlerleyen yıllarda Avrupa'da devlet borçlarını finanse etmek amacıyla diğer merkez bankaları kuruldu. Merkez bankalarının en önemli görevi, banknot basıp yönetmektir. Bu banknotlar, milli bankaların emanete aldığı bozuk paralar için birer makbuzdu ve bu makbuzlar ödeme aracı olarak kullanılıyordu. Sahiplerine, görevli bankalardan hazırlanmış bozuk paraların teslimatını talep etme yetkisini veriyordu. İlk dönemdeki merkez bankalarının görevi devlet borçlarını karşılamayla sınırlıysa da, bu bankalar birer özel girişim ve kurum olarak başka banka işlerini de yürütüyordu. Örneğin, ticaret bankalarının hesaplarını yönetiyor ve bankalar arasındaki mali işlemleri yerine getiriyordu. ☹

*Yastık altında değil
güven
altında!*

**Altın birikiminizi Bank Asya altın hesabına emanet edin,
Bank Asya güvencesinde daha da değerlendirin.**



Hayal ettik,
Tasarladık,
Ürettik



Yeni Nesilin Öncüsü
VERA Delta

444 22 62

www.vera360.com



VeraYazarKasaOfficial

VeraYazarKasa

VERA Delta
YAZAR KASA + POS



mtbigteknolojileri