

PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE



DENİZBANK'IN TÜM MÜŞTERİLERİNE DOKUNAN EKİBİ

NİSAN 2014 / SAYI: 48 / FİYATI: 10 TL

www.psmmag.com



Yazarkasa dönüşümü 2016'YA YETİŞECEK Mİ?

Profilo Ödeme Sistemleri İcra Kurulu Başkanı Veli Tan Kırtış yanıtladı

MOBİL DÜNYA KONGRESİ'15 Barcelona'dan izlenimler



Vodafone Türkiye İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Ender Buruk:
**Müşteri deneyimiyle
fark yarattık**

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
yönetecek.

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

Ödeme sistemleri yolunu bulur

Bu yıl kış biraz sert geçince baharı sanki biraz daha coşkulu, sevinçli karşıladık. Gerçi ekonomi, başta seçim tedirginliği olmak üzere bilindik gerekçelerle biraz sıkıntılı. Kime sorsak "Piyasada para dönmüyor" diyor. Peki siyasi tartışmalar, ekonomik sıkıntılar, toplumsal olaylar ödeme sistemlerini nasıl etkiliyor dersiniz?

Bu konuda, ayrıntılarını "Dünyadan" sayfalarında okuyabileceğiniz Mısır örneği dikkatimi çekti. "Arap baharı" furyasında en çok zararı gören ülkelerden biriydi Mısır. Amacım bu acı olayları yeniden hatırlatmak değil. Ancak hayat bir şekilde devam ediyor. Alışveriş, para da öyle...

Mısır'da cep telefonu penetrasyonunun yüzde 113 olduğunu biliyor muydunuz? Yani nüfustan fazla cep telefonu var ülkede. Üstelik bu 2012 yılının oranı. Belki şimdi daha da yüksektir. Buna karşılık, yine Dünya Bankası verilerine göre, Mısırlıların sadece yüzde 5'inin herhangi bir bankada hesabı varmış.

Şimdi bu görüntüye bakıp da Mısır'ın ödeme sistemleri açısından kayda değer bir ülke olmadığını düşünebilir miyiz? Hayır. Hatta bunu bir avantaja dönüştürmek üzereler. Nasıl mı?

Mısır hükümeti, MasterCard'la anlaşmış ve ulusal kimlik kartı projesine mobil bankacılık uygulamasını monte ederek dijital dikey geçişin ilk adımını atmış. Gördüğümüz gibi, ödeme sistemleri her koşula adapte edilebilecek çözümler üretebilen, homojen bir sektördür. Bu arada, ABD'de EMV yani Chip & PIN geçişi yerine kartların doğrudan mobile taşınmasının ciddi tartışıldığını da hatırlatalım.

Buradan Türkiye'deki mobil dünyaya, dijital ödemelere gelmek istiyorum. Malum, telekom operatörleri bu konuda deyim yerindeyse biraz çuvalladı. Turkcell, mobil cüzdanı bir süreliğine "askıya" aldı. Bu konuda dış kaynak kullanımını deneyen Avea "bekle-gör" pozisyonunda. Peki Vodafone ne durumda?

Vodafone Cep Cüzdanı, müşteri deneyimiyle fark yaratmayı başarmış görünüyor. Onun da ayrıntılarını ilerleyen sayfalarda okuyabilirsiniz. Keza Turkcell Cüzdan'ın parlak dönemlerini ve bu başarının neden sürdürülemediğinin nedenlerini de...

Keyifli okumalar



www.psmmag.com

Medya Gündem Dijital Yayıncılık
ve Tic. A.Ş. adına

İMTİYAZ SAHİBİ VE SORUMLU MÜDÜR

Bariş Bekar

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

EDİTÖRLER

Esin Gedik, Hüsnüye Güngör

YAYIN KOORDİNATÖRÜ

Kayhan Öztürk

HABER MÜDÜRÜ

Orhan Pala

DÜZELTMEN

Celalettin Kafesoğlu

GÖRSEL YÖNETMEN

Halil Günç

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

SATIŞ PAZARLAMA MÜDÜRÜ

Erkan Hoşafçı

YÖNETİM YERİ

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

BASKI

Doğan Ofset Yayıncılık ve Matbaacılık A.Ş.
Doğan Medya Tesisleri Sanayi Mah. 1650. Sok. No:2
Esenyurt - İstanbul Tel: 0212 622 19 49

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 göstermeden alıntı yapılamaz.
Köşe yazıları yazarlarının sorumluluğundadır.

iÇİNDEKİLER

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE • NİSAN 2015



36

AYIN EKİBİ DENİZBANK

DenizBank'ın tüm müşterilerine,
dokunan 27 kişilik dev ekip



16 VİTRİN
Facebook'tan, Twitter'dan,
WhatsApp'tan para transferi

18 ÖKC
Yazarkasa dönüşümü
2016'ya yetişecek mi?



22 ATM
ATM'ler hiç bu kadar güvende
olmamıştı!

26 MOBİL CÜZDAN
Vodafone Cep Cüzdan müşteri
deneyimiyle fark yarattı

30 POS
Mısırlılar ekmeği de benzini de Veri-
fone aracılığıyla alıyor

32 START-UP
Mobil dünyanın Metamorfoz'u
başladı

42 ÖDEME PLATFORMU
Tek çatı altında 22 ödeme sistemi

44 E-TİCARET
Türkiye'nin en işlek alışveriş
merkezi

48 MOBİL ÖDEMELER
10 mobil ödeme devinin karnesi

54 ÖDÜL
Ödeme Oscar'ları

56 TEKNOLOJİ GÜNDEMİ
Mobil Dünya Kongresi'15 -
Barselona'dan gözlemler, izlenimler

62 EXTRE
Taksitli ödemeler yükselişe geçti

64 DÜNYADAN
Mısırlılar ödemelerini kimlik kartıyla
yapacak

66 NOSTALJİ
Taş paralar

► KKB'den reel sektörün riskini azaltacak iki yeni çözüm



Kişi ve kurumların finansal itibarlarını yönetebilmeleri için yeni araçlar geliştirmeye devam eden Kredi Kayıt Bürosu (KKB), geçen ay biri Türkiye Bankalar Birliği, diğeri Tüm Oto Kiralama Kuruluşları Derneği ile ortaklaşa iki yeni sistemi hayata geçirdiğini duyurdu. KKB, ilk olarak mart ayının ortasında Tüm Oto Kiralama Kuruluşları Derneği (TOKKDER) ile birlikte araç kiralama sektörüne özel olarak tasarlanan müşteri riski değerlendirme sistemini hayata geçirdi. Türkiye'de bir ilk olma özelliği taşıyan bu anlaşma, aynı zamanda KKB'nin reel sektördeki işbirliklerinin başlangıcı niteliği taşıyor. Araç kiralama sektörüne özel olarak tasarlanan "KKB Reel Sektör Kredi Değerlendirme Sistemi", sektördeki firmalara müşteri adaylarının risk değerlendirmelerini kısa bir süre yaparak daha doğru karar vermelerini sağlayacak.

KKB'nin Türkiye Bankalar Birliği ile ortaklaşa hazırladığı teminat mektuplarının elektronik ortamda sorgulanmasını sağlayan sistem ise Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Müsteşarı Vekili Sezai Uçarmak ve Kredi Kayıt Bürosu Genel Müdürü Kasım Akdeniz'in imzaladığı protokolle hayata geçti. "Teminat Mektubu Durum Sorgulama Sistemi", sahte teminat mektupları nedeniyle bankaların karşılaştığı maliyetlerin azaltılmasını hedefliyor. 19 bankanın teminat mektuplarının sorgulanabildiği sisteme diğer bankaların katılımının sağlanması için çalışmalar devam ediyor. Sistemin bankacılıkla birlikte reel ve kamu sektörünün zaman ve para maliyetini azaltması, dolandırıcılığa bağlı riskleri de azaltması bekleniyor.

TÜRKİYE, TRİLYON DOLARLIK PAZARIN YENİ MUCİTLERİNİ ÇIKARACAK



Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Fikret Işık

Burak Aydın

Gençlerin yeni teknolojiler geliştirmesine katkı sağlayarak, çığır açacak projeleri ortaya çıkarması için önemli bir adım atan Intel Türkiye, "Intel Galileo-İcat Kiti" programı dâhilinde; Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı işbirliğiyle 37 üniversiteden 60 akademisyene, 1050 adet Galileo Geliştirme Platformu gönderimini tamamladı. 2020'de 19 trilyon dolarlık bir pazar olması beklenen giyilebilir teknolojiler ve nesnelerin interneti (IoT) alanında yeni icat ve ürünlerin ortaya çıkması için atılan bu adım sonrasında hedef, Türkiye'nin trilyon dolarlık pazardan yeni fikirlerle pay alması ve bu fikirleri dünyaya ihraç etmesi... Öğrenciler arasında girişimcilik kültürünün geliştirilmesini amaçlayan "Intel Galileo-İcat Kiti", "kendin-yap" tasarımcılar, mühendisler, sanatçılar ve hobi severlerden oluşan "maker" (amatör geliştirici) toplulukları için tasarlandı. Programının tanıtım toplantısında konuşan Intel Türkiye Genel Müdürü Burak Aydın, "Intel Türkiye olarak İstanbul Ar-Ge Merkezi'nde yapılan çalışmalarla birlikte çok kısa zamanda 2 adet patent başvurusunda bulunduk. Merkez daha birinci yılını doldurmadan ilk ürünleri görebildik. Bunun yanında düzenlediğimiz birçok Ar-Ge ve inovasyon odaklı yarışma ve etkinlikle Türkiye'deki genç girişimcilerin yeteneklerini ortaya çıkartmayı hedefliyoruz" dedi.

► UnionPay ile Garanti'den "ejdarha" gücünde bir kart!



Dünyanın en büyük kredi kartı ağlarından China UnionPay çatısı altındaki UnionPay International, Türkiye'deki atılımlarına devam ediyor. Geçen yılın mayıs ayında Garanti Bankası'yla stratejik işbirliği anlaşmasına imza atan UnionPay, bu kez de Türkiye'deki ilk ticari kartı Dragon Bonus için Garanti Bankası'yla el sıkıştı. Çin başta olmak üzere Uzakdoğu'da yüzde 100 kabul edilecek ticari kart Dragon Bonus, aynı zamanda UnionPay'in tüm teknolojik yenilikleriyle global indirimlerini de kapsayacak. Özellikle Uzakdoğu'da yatırım ve ticari ilişkileri bulunan büyük ölçekte Türk şirketlerinin yanı sıra KOBİ'lere de cazip ayrıcalıklar sunmaya hazırlanan kart, bu bölgelerdeki yeni büyüme fırsatlarına erişim sağlanmasına destek olmayı hedefliyor.

★ *Altın kalpli kart* ★

**Faizsiz
ek limit* veren
banka kartı**



Kuveyt Türk'ten
faizsiz, bedelsiz,
ek limit veren
bir banka kartı:

Altın Kart

Paranız ihtiyacınızı karşılamadığında **faizsiz ek limiti** kullanın, ay sonu sadece kullandığınız kadar ödeyin. Üstelik Altın Kart, size alışverişlerinizde **altın biriktiren** bir banka kartı!

*Nakit çekim şeklinde olmayıp, POS üzerinde yapılan alışverişlerde geçerlidir. En yüksek limit 2.000 TL olup 30 gün vade ile verilebilir ve bankanın belirlemiş olduğu kriterlere uygun şekilde kullanılabilir. Ayrıntılı bilgi için: 444 0 123 ve www.kuveytturk.com.tr



KUEYTTÜRK
SAĞLAM BANKACILIK

İTÜ Çekirdek'ten teknolojik girişimcilere 1 milyon TL destek



İTÜ ARI Teknokent bünyesinde 2012 yılında faaliyete geçen ve bugüne kadar girişimcilere 5 milyon TL'yi aşan destek sağlayan İTÜ Çekirdek'te, 2015 yılı başvuruları başladı. Ticarileştirilebilir bir teknoloji fikri ya da projesi olan girişimcilere, teknoloji şirketlerini kurup geliştirmelerine olanak tanıyacak her tür desteği sağlayan İTÜ Çekirdek'e, bu yıl 2 bin 500'e yakın proje başvurusu bekleniyor. Bu rakam, İTÜ Çekirdek'e ilk üç yılda yapılan başvuru sayısının toplamı anlamına geliyor. Teknoloji tabanlı bir ticari ürün ve hizmete dönüşebilir fikri ya da projesi olan "her yaştan" genç girişimcinin katılabildiği İTÜ Çekirdek'te, büyük potansiyele sahip ancak henüz gelişen

alanlara özel kategoriler de oluşturularak sektörlerin gelişimine önayak olunuyor. Bu kapsamda geçen yıl açılan "Bulut Teknolojileri" kategorisinden sonra bu yıl da "Otomotiv" özel kategorisi açılıyor.

İTÜ ARI Teknokent Genel Müdürü Kenan Çolpan, "İTÜ Çekirdek'e kabul edilecek girişimci adaylar 150 saat eğitim, altyapı, laboratuvar, toplantı ve konferans salonları, dinlenme alanları, 100 bin liralık İTÜ Çekirdek Ar-Ge fonu, İTÜ ve İTÜ ARI Teknokent ağı, danışmanlık ve mentorluk desteklerinden yararlanacaklar. Bu süreçte, yapılacak farklı elemeleri aşan ekipler, toplam 1 milyon lira nakit ödüllü İTÜ Çekirdek Big Bang'de sahneye çıkıp yarışmaya hak kazanacak" diyor.

İTÜ ARI Teknokent, Amerika'nın kapılarını açıyor



Dünyanın en başarılı kuluçka merkezlerinden Chicago 1871'de ofis açan İTÜ ARI Teknokent, teknoloji üreten yenilikçi firmaları yurtdışına taşımak için sadece bu yıl 1.8 milyon TL harcayarak, girişimci firmaların yeni iş

ortaklıkları kurmalarını destekleyecek. Böylece Türkiye'den çıkan girişimci teknoloji firmaları, Amerika pazarının ve uluslararası yatırım almanın kapısını aralayacak.

İTÜ ARI Teknokent'in ofis açtığı Chicago 1871, Amerika'nın önde gelen donanım, nanoteknoloji, biyoteknoloji ve robotik girişimcilerine en sahipliği yaparken, Northwestern, Chicago ve Illinois Üniversiteleri ve dünyaca ünlü Techstars kuluçka merkezlerine ve iş geliştirme ofislerine de ev sahipliği yapıyor. İTÜ ARI Teknokent Genel Müdürü Kenan Çolpan, "Chicago 1871'te ofis açmak oldukça zor. Buraya kabul edilmek için çok farklı aşamalardan geçmek gerekiyor. Bu süreci başarıyla tamamlayarak ofisimizi açtık. Türk teknoloji girişimcilerine, rekabetin üst düzey yaşandığı ancak vaat ettikleriyle eşsiz imkanlar sunan Amerika'da bir destek eli sunuyoruz" diyor.

AMERICAN EXPRESS 12.5 MİLYON TL İNDİRİM SAĞLADI

Garanti Bankası'nın 2006 yılından bu yana müşterilerine sunduğu American Express Card, 2014 yılında iş ortaklarıyla birlikte Türkiye'deki kullanıcılarına 1.5 milyon TL değerinde "Membership Rewards" puan kazandırdı. Kart sahipleri ayrıca, farklı ülkelerdeki restoran ve otellerden toplam 12.5 milyon TL değerinde indirim elde etti.

American Express'in geleneksel ödül programı Membership Rewards kapsamında, kart sahipleri, hangi ülkede, sektörde ya da firmada olursa olsun yapacağı her



1 TL harcama için 1 Membership Rewards puan kazanıyor. Kart müşterileri, Membership Rewards puanlarıyla giyim, aksesuar, ev, teknoloji, güzellik gibi birçok ürünü barındıran çevrimiçi hediye katalo-

ğundan alışveriş yapabiliyor.

Garanti Ödeme Sistemleri Genel Müdürü Onur Genç, "American Express Card, 500 bini aşkın Garanti POS cihazının yanı sıra farklı bankalarla birlikte 1 milyondan fazla noktada kullanılabilir. 2014'te iş ortaklarıyla birlikte müşterilerine 1.5 milyon TL değerinde Membership Rewards puan ve yaklaşık 12.5 milyon TL değerinde indirim kazandıran American Express Card, müşterilerine ayrıcalıklar sunmaya ve kazandırmaya 2015 yılında da devam edecek" diyor.

SİZİN YENİ NESİL POS'UNUZ TEMASSIZ ÖDEME UYGULAMASINA



HAZIR MI?



mikrosaray®

1 Ocak 2015 itibari ile zorunlu olan "Temassız Kart Uygulaması"na hazır,
TÜBİTAK'tan sektörel uygulama onayı alan ilk cihaz...

www.mikrosaray.com.tr 444 31 81





► Takipteki kişi sayısı 33 bin arttı

Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezi, "Negatif Nitelikli Bireysel Kredi ve Kredi Kartı Ocak Ayı Raporu"nu yayımladı. Rapora göre, bireysel kredi veya kredi kartı borcundan dolayı yasal takibe girip hala takipte olan kişi sayısı Ocak 2015 itibarıyla 33 bin arttı. Böylece bireysel kredi borcundan dolayı yasal takibe alınan kişi sayısı geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 1 artarak 66 bine ulaştı. Bireysel kredi kartı borcundan dolayı yasal takibe giren kişi sayısı ise geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 11 artarak 109 bine yükseldi. Toplam sayı da yüzde 3 artarak 149 bin oldu. Ocak 2009-Ocak 2015 döneminde bireysel kredi borcu nedeniyle takipte olan kişi sayısı ise yüzde 1.2 artarak 1.9 milyon kişiye yükseldi. Bireysel kredi kartı borçlularında bu rakam yüzde 1.4 artışla 2.04 milyon kişi oldu.

ÜNİVERSİTELİLER İÇİN CEP TELEFONU VE İNTERNET EKMEK İLE SU GİBİ!

Üniversite öğrencilerinin tercih ve alışkanlıklarına ışık tutmak amacıyla hazırlanan ve ilki 2013 yılında yapılan "Kampüsün Nabzı" araştırması 2014 güz döneminde kapsamı genişletilerek tekrar edildi. Araştırma sonuçlarına göre, üniversite öğrencilerinin kira, fatura gibi sabit giderlerin dışında, kişisel harcamaları ayda ortalama 613 TL'ye geliyor.

Gençlik pazarlama şirketi "iamyouth" tarafından 9 ilde, 22 devlet ve vakıf üniversitesinde, 1.312 öğrenciyle, online araştırma yöntemiyle gerçekleştirilen "Kampüsün Nabzı" araştırmasına göre üniversitelilerin hayatta vazgeçemeyeceğini düşündüğü ürünlerin başında yüzde 56 ile cep telefonu, yüzde 38 ile de internet geliyor. Araştırmaya göre, en büyük harcama kalemlerini yeme içmenin oluşturduğu üniversite gençliğinin yüzde 56'sı haftada en az birkaç kez kafe veya restorana, yaklaşık yarısı ise haftada en az bir kez fast food restoranına gidiyor. Araştırmaya katılanların yüzde 63'ü kredi kartı kullandığını belirtirken, her 5 gençten 1'i cüzdanında birden fazla kredi kartı taşıdığını ifade ediyor. Gençler en sık kullandıkları kredi kartını, taksit seçenekleri nedeniyle tercih ettiklerinin altını çizerken, yüzde 32'lik kesimse kredi kartı kullanımı için herhangi bir neden göstermiyor.



► 10 kişiden 9'unun tasarrufu yok!

ING BANK

ING bank tarafından her yıl kentsel tasarruf sahipliği oranlarını ve tasarruf eğilimlerini belirlemek amacıyla yaptırılan "Türkiye'nin Tasarruf Eğilimleri" araştırmasının 2014 sonuçları açıklandı. Araştırmaya göre kentsel nüfusta tasarruf sahipleri oranı, 2014'ün ilk yarısında

yüzde 15.3 ile son 2 yılın en yüksek seviyesine ulaştıktan sonra, yılın ikinci yarısında yüzde 11.5'e geriledi. Son çeyrekte yastık altı nakit (TL ve döviz) ve altın tasarruflarında düşüş göze çarparken, bu tasarrufların vadeli TL mevduata dönüşme eğiliminde olduğu görüldü. 2014 yılında tasarruf sahipliği, 2013 yılına kıyasla 2.1 puan artarak ortalamada yüzde 13.6 olarak gerçekleşti.

18 yaş ve üzeri tüm eğitim ve sosyo-ekonomik grupları kapsayan araştırmanın 2014 yılı dördüncü çeyrek sonuçları, kentli nüfusta 10 kişiden 9'unun tasarrufu bulunmadığını ortaya koyuyor. Bir yıl öncesinin aynı dönemine göre tasarruf sahiplerinin tercihlerinde yastık altı tasarruflarda düşüş, TL vadeli mevduatı tercih etme oranında ise artış göze çarpıyor.



CREDOWORK

SMART DEVICES FOR SUSTAINABLE BUSINESS



payShield 9000

**ÖDEME SİSTEMLERİNDE
VERİ GÜVENLİĞİNİN
VAZGEÇİLMEZLERİNİ BİLİYORUZ...**

THALES HSM ÇÖZÜMLERİ, GÜVENLİ VE KESİNTİSİZ HİZMET GARANTİSİYLE CREDOWORK'TE

- Gold Partner
- Sertifikalı Teknik Destek Hizmeti
- Yedek Ürün Stoğu
- e-Fatura, e-Defter,
e-Arşiv, Zaman Damgası
- İzleme ve Yönetme Desteği
- Yazılım Geliştirme Desteği
- Thales ASAP Partner
- Eğitim Merkezi

Thales Ürün Avantajlarımızdan Faydalanmak İçin: 0850 277 67 67

HSM@credowork.com

www.credowork.com

Credowork bir  **CARDTEKGROUP** kuruluşudur

Enpara.com'lulara cep şubeden anında kredi

Finansbank, Enpara.com müşterileri için yeni bir servisi hizmete açtı. Buna göre Enpara.com'lular, internet şubesinden sonra artık cep şubesinden de 1000 TL'den 30 bin TL'ye kadar anında ihtiyaç kredisi kullanabiliyor ve kredi ödemelerini 36 aya varan taksitler halinde yapabiliyor. Cep şubeyle nerede olurlarsa olsunlar kolayca ihtiyaç kredisi için başvuruda bulunabilecek olan Enpara.com müşterileri, dosya ve sigorta masrafı ödemiyor ve düşük kredi faiz oranlarından yararlanıyor.



DUTY FREE'DE UNIONPAY KARTLARINA YÜZDE 10 İNDİRİM

UnionPay, global indirim ve avantajlarını Türkiye'de de tüketicilerle buluşturmaya başladı. Türkiye'nin en büyük gümrüksüz satış mağazası ATÜ Duty Free ile UnionPay'in işbirliği, kart sahiplerine 11 Mart-20 Temmuz arasında her 100 Euro'luk tek işlemde anında yüzde 10 indirim sunuyor. Kampanya, ATÜ Duty Free'nin operasyon yönettiği İstanbul Atatürk mağazalarında geçerli. UnionPay Ülke Müdürü Buse Bulad, "UnionPay, global

çapta yaptığı kampanya ve marka işbirlikleriyle her geçen gün yayılımını artırıyor. Böylece daha fazla ülke ve bölge bu büyük ağa dahil oluyor. Türkiye'nin de bu avantajların yaşandığı ülkeler arasına girmesi bizim için mutluluk verici" diyor.

Bulad, vize süreçlerinin kolaylaşmasıyla birlikte bu tür kampanyaların Türkiye'ye gelen Uzakdoğulu turist sayısına ve işlem hacmine olumlu yansıtacağını öngörüyor.



ÖLÇSAN'IN YENİ SATIŞ MÜDÜRÜ TUNÇ PINAR

Türkiye ve EMEA bölgesine akıllı kart, biyometri ve güvenlik çözümleri, uygulama geliştirme ve teknoloji entegrasyonu alanlarında 1984 yılından bu yana hizmet sunan Ölçsan'ın satış ekibi, yeni atamalarla genişliyor. Yeniden yapılanma kapsamında kurulan yeni satış ekibinin başına, teknoloji sektöründe 20 yıla yakın tecrübeye sahip Tunç Pınar getirildi. 1971 yılında doğan Tunç Pınar, Anadolu

Üniversitesi İktisat Fakültesi'nden mezun oldu. Kariyerine Besaş'ta satış temsilcisi olarak başlayan Pınar, çeşitli şirketlerde farklı pozisyonlarda yöneticilik yaptı. 2009-2012 yılları arasında Hitachi Türkiye Distribütörü EMN'de iş geliştirme müdürlüğü yapan Pınar, Ölçsan'a katılmadan önce Panasonic distribütörü Pancom'da satış müdürü pozisyonunda görev yapıyordu. Tunç Pınar, evli ve 2 kız çocuk babası.



Tunç Pınar

Yazarkasadan mobile geniş POS yelpazesi Deniz'de!

Nakitle alışverişin çetelesini tutma, tahsilatlarını günü gününe takip etme fırsatı Deniz POS'ta. Deniz'in POS cihazlarından sana en uygun olanı seç, hem müşterilerin rahat etsin hem sen rahat et.

KOBİ'lere hayat Deniz'de güzel!



DenizBank 



Rüçhan Çandar

► HSBC Türkiye’de üst düzey atama

HSBC Türkiye’de Teknoloji ve Hizmet Grupları Servis Merkezi Grup Başkanı ve Teknoloji ve Hizmetler Genel Müdür Yardımcısı Vekili olarak görev yapan Rüçhan Çandar, banka bünyesinde Teknoloji ve Hizmetler Genel Müdür Yardımcısı olarak atandı.

Bankacılık sektörüne 1997 yılında Osmanlı Bankası’nda denetçi olarak adım atan Çandar, 2001 ile 2002 yılları arasında Garanti Bankası’nda çalıştı. 2002 yılında katıldığı HSBC Türkiye’de bireysel bankacılık bölümünde ve Teftiş Kurulu Başkanlığı’nda çeşitli görevler üstlendi. Ardından 2012’de Teknoloji ve Hizmet Grupları Servis Merkezi Grup Başkanlığı görevine getirildi.

Rüçhan Çandar, Uludağ Üniversitesi İşletme Bölümü’nden mezun olduktan sonra, yüksek lisans eğitimini Lancaster University’de finans alanında tamamladı.

Parmak iziyle Bilyoner.com

Bilyoner.com, iPhone uygulamasına eklediği parmak iziyle giriş özelliğiyle bahis uygulamalarında dünya çapında bir ilke imza attı. iPhone kullanıcısı Bilyoner.com üyeleri artık şifre girmeye gerek kalmadan, kolayca kupon yapabiliyor, Milli Piyango bileti satın alabiliyor, futbol ve basketbol karşılaşmalarını ücretsiz ve canlı izleyebiliyor. Bilyoner.com üyeleri ayrıca, kendilerini parmak izinden tanıyan uygulamayla İspanya La Liga ve Almanya Bundesliga gibi dev ligleri ve Euroleague basketbol maçlarını da kupon yapma şartı olmadan, sadece üye girişi yaparak ücretsiz ve canlı olarak izleyebiliyor.



► Yeni şube modelleri ve dijital bankacılık ön plana çıkacak



Hasan Kılıç

Deloitte’un “Değişim Çağrısı: Türkiye Bankacılık Sektörü 2015 Öngörüsü” raporuna göre, 2014 yılında mevzuat, makroekonomik konjonktür ve diğer pazar dinamikleriyle birlikte şekillenen bankacılık sektöründe kârlılık üzerindeki baskı devam ederken artan maliyetler rekabeti zorlayacak. 2014-2018 yılları arası yıllık bileşik kredi büyümesinin geçmişteki büyüme oranıyla paralel olarak dolar cinsinden yüzde 12 seviyesinde devam

etmesi, bu oranın mevduat tarafında, özellikle tasarruf oranı tahminleriyle paralel olarak yine dolar cinsinden geçmişteki (2007-2014) yüzde 6 seviyesinden yüzde 11’e yükselmesi bekleniyor. Net faiz marjının ise 2014’teki yüzde 3.2 seviyesinden 2018’de yüzde 2.8’e düşmesi tahmin edilmesine rağmen, bu oranın 2018’deki yüzde 1.6 dünya ortalaması tahmininin üzerinde seyredeceği gözleniyor.

Deloitte Türkiye Finansal Hizmetler Lideri Hasan Kılıç, raporla ilgili şu değerlendirmeyi yapıyor: “Marjların daraldığı, volatilitenin arttığı ve bu doğrultuda maliyet yönetiminin özellikle

daha fazla ön plana çıkacağı 2015 yılında, bankalar aynı anda dijital transformasyon, müşteri deneyimi, veri yönetimi, mobil bankacılık, siber tehditler, yenilikçilik gibi pek çok konuyu da göz önünde bulundurmaya devam etmeli. Risk yönetimi perspektifi bankanın süreçlerine, organizasyonuna ve tüm DNA’sına işlenmiş bir yapıda kurgulanmalı. Bankalar veri kalitesini risk, otoritelerin gözetimi ve müşteri gereksinimleri açısından değerlendirerek karar alma süreçlerinde etkin bir şekilde kullanılmasını sağlayacak biçimde artırmaya odaklanmalı.” Raporda, Türkiye bankacılık sektörü üst düzey yöneticilerinin 2015 yılı öngörülerine de yer veriliyor. Bankacılar, 2015 yılında maliyet yönetiminin yanı sıra dijital bankacılığın ve yeni şube modellerinin ön plana çıkacağını belirtiyor. Yine önümüzdeki yıllarda, yeni jenerasyonla birlikte internet, mobil ve sosyal medya bankacılığının da giderek büyüyeceği ve genç neslin bankacılık faaliyetlerini sürdürmeleri için dijital kanallar üzerinden sunulan hizmetlerin hızla genişletileceği görüşündeler.



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



nShield Connect



payShield 9000



nShield Solo



nShield Edge



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



verisoft
Security Alliance

THALES



verisoft

YTU Teknopark, AR-GE B1 N11 Esenler 34220 İstanbul
Tel: +90 212 483 72 72 Faks: +90 212 225 97 54
thales@verisoft.com / www.verisoft.com

Facebook'tan, Twitter'dan, WhatsApp'tan para transferi

Visa Direct, Visa kart sahiplerinin dünyanın her yerinden, herhangi bir para birimiyle, sadece cep telefonu numarası kullanarak kolay ve güvenli bir şekilde para transferi yapmalarını sağlıyor...



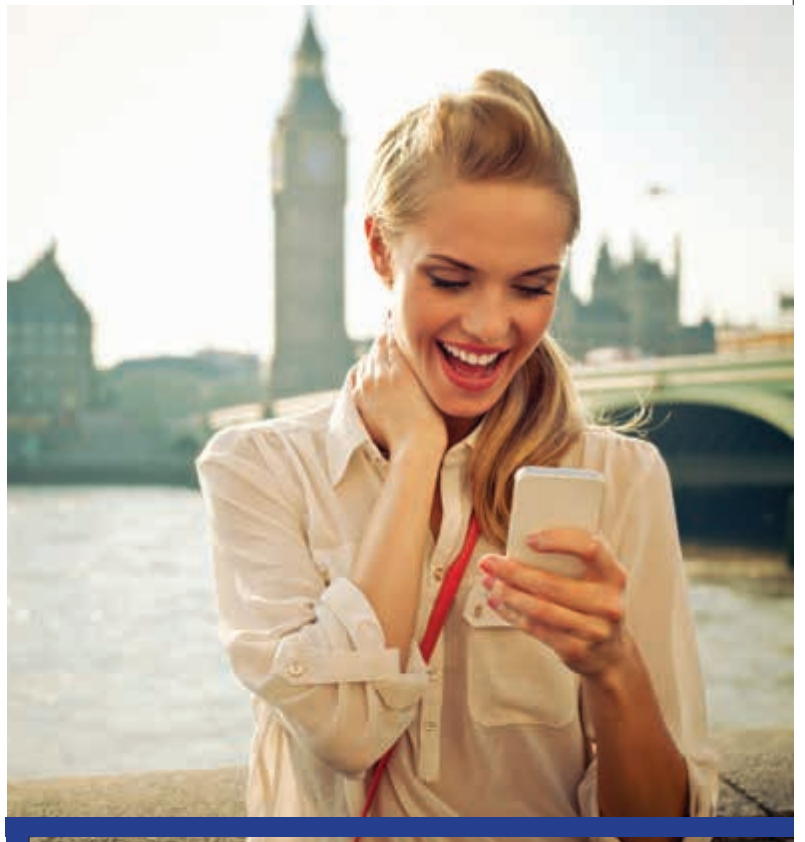
VISA fastacash

Visa Europe, kişiden kişiye ödemeler hizmetinin kapsamını dünya çapında genişleterek kullanıcılara sunmaya başladı. Türkiye'nin de dahil olduğu Avrupa bölgesindeki Visa kart sahipleri, Visa Direct sayesinde dünya üzerinde 2 milyarı aşkın Visa kartına bir cep telefonu numarasıyla hızlı, güvenli ve kolay para transferi yapma imkanına sahip olacak. Bu yıl içinde hayata geçecek yenilikle Visa Direct hizmeti, 20 dilde ve farklı para birimlerinde para transferini mümkün kılacak.

Halen Avrupa çapında 200 binden fazla kullanıcısı bulunan Visa Direct ile Mart 2013'ten bu yana hacmi 43 milyon Euro'ya ulaşan 600 bin para transferi işlemi yapıldı. İşte şimdi Visa Europe'un, merkezi Singapur'da bulunan "fastacash" firmasıyla işbirliği sayesinde; Visa Direct ile Facebook, Twitter, WhatsApp, LinkedIn gibi sosyal ağlar üzerinden de kişiden kişiye ödemeler güvenli ve hızlı bir şekilde yapılabilecek. Bankalar, fastacash'in kullandığı teknolojiyi Visa Direct ile birleştirerek herhangi bir Visa kartına para transferini mümkün kılan hizmetleri müşterilerine sunabilecek. Visa kart sahipleri ise fastacash'in yüksek güvenlikli, "fastalink" teknolojisi sayesinde tercih ettikleri sosyal ağlar ya da mesajlaşma platformları üzerinden para transfer edebilecek.

Avrupa'da 500 milyon kişi kullanacak

Visa Europe yöneticilerinden Sue Onians "Dünya her geçen gün küçülüp ve insanlar arasındaki etkileşim daha da hızlanırken, ödemelerin de bu yönde tasarlanması gerekiyor. Tüketiciler, arkadaşlarına ve ailelerine coğrafi sınırları aşarak herhangi bir kısıtlama olmadan kolay ve güvenli bir şekilde para göndermek istiyor. Visa Europe'un Visa Direct hizmeti bu isteği karşılarken, fastacash ile olan işbirliğimiz de sosyal ağlar aracılığıyla para transferini çok daha kolay hale getirecek" dedi. fastacash CEO'su Vince Tallent ise şu değerlendirmeyi yaptı: "Visa Europe ile birlikte, sosyal ağlarda yeni nesil kişiden kişiye ödemeleri hayata geçiriyoruz. Visa Europe ve üye bankalarıyla birlikte yapacağımız çalışmalarla, Avrupa çapında 500 milyonun üzerinde kişiye sosyal ağlardan para transferi yapma imkanı sağlayacağız."



SİSTEM NASIL İŞLİYOR?

Visa Europe üyesi tüm bankalar, Visa Direct'i kendi online ve mobil uygulamalarına kolayca entegre edebiliyor. Visa Direct ile kişiden kişiye ödeme yapabilmek için kullanıcıların mobil bir uygulama ya da bankaları tarafından sağlanan kullanıcı arayüzünü kullanmaları yeterli. Transferi başlatmak için gönderilmek istenen tutar giriliyor ve alıcının mobil telefon numarası tuşlanıyor. İşlemin tamamlanmasının ardından para transferini kabul edecek kişiye ödemeyle ilgili bildirim mesajı geliyor. Sosyal medya ağları üzerinden para transferi hizmetinin hayata geçmesiyle birlikte tüketiciler bu alternatifi de seçerek kolay ve hızlı bir şekilde para gönderebilecek.

ÜLKEMİZ İÇİN

ADANA ADIYAMAN AFYONKARAHİSAR AĞRI AMASYA ANKARA ANTALYA
ARTVİN AYDIN BALIKESİR BİLECİK BİNGÖL BITLİS BOLU BURDUR BURSA
ÇANAKKALE ÇANKIRI ÇORUM DENİZLİ DİYARBAKIR EDİRNE ELAZIĞ
ERZİNCAN ERZURUM ESKİŞEHİR GAZİANTEP GİRESUN GÜMÜŞHANE
HAKKÂRİ HATAY ISPARTA MERSİN İSTANBUL İZMİR KARS KASTAMONU
KAYSERİ KIRKLARELİ KIRŞEHİR KOCAELİ KONYA KÜTAHYA MALATYA
MANİSA KAHRAMANMARAŞ MARDİN MUĞLA MUŞ NEVŞEHİR NİĞDE ORDU
RİZE SAKARYA SAMSUN SİİRT SİNOP SİVAS TEKİRDAĞ TOKAT TRABZON
TUNCELİ ŞANLIURFA UŞAK VAN YOZGAT ZONGULDAK AKSARAY BAYBURT
KARAMAN KIRIKKALE BATMAN ŞIRNAK BARTIN ARDAHAN İĞDIR YALOVA
KARABÜK KİLİS OSMANİYE DÜZCE ADANA ADIYAMAN AFYONKARAHİSAR
AĞRI AMASYA ANKARA ANTALYA ARTVİN AYDIN BALIKESİR BİLECİK
BİNGÖL BITLİS BOLU BURDUR BURSA ÇANAKKALE ÇANKIRI ÇORUM
DENİZLİ DİYARBAKIR EDİRNE ELAZIĞ ERZİNCAN ERZURUM ESKİŞEHİR
GAZİANTEP GİRESUN GÜMÜŞHANE HAKKÂRİ HATAY ISPARTA MERSİN
İSTANBUL İZMİR KARS KASTAMONU KAYSERİ KIRKLARELİ KIRŞEHİR
KOCAELİ KONYA KÜTAHYA MALATYA MANİSA KAHRAMANMARAŞ
MARDİN MUĞLA MUŞ NEVŞEHİR NİĞDE ORDU RİZE SAKARYA SAMSUN SİİRT
SİNOP SİVAS TEKİRDAĞ TOKAT TRABZON TUNCELİ ŞANLIURFA UŞAK VAN
YOZGAT ZONGULDAK AKSARAY BAYBURT KARAMAN KIRIKKALE BATMAN
ŞIRNAK BARTIN ARDAHAN İĞDIR YALOVA KARABÜK KİLİS OSMANİYE
DÜZCE ADANA ADIYAMAN AFYONKARAHİSAR AĞRI AMASYA ANKARA
ANTALYA ARTVİN AYDIN BALIKESİR BİLECİK BİNGÖL BITLİS BOLU BURDUR
BURSA ÇANAKKALE ÇANKIRI ÇORUM DENİZLİ DİYARBAKIR EDİRNE ELAZIĞ
ERZİNCAN ERZURUM ESKİŞEHİR GAZİANTEP GİRESUN GÜMÜŞHANE
HAKKÂRİ HATAY ISPARTA MERSİN İSTANBUL İZMİR KARS KASTAMONU
KAYSERİ KIRKLARELİ KIRŞEHİR KOCAELİ KONYA KÜTAHYA MALATYA
MANİSA KAHRAMANMARAŞ MARDİN MUĞLA MUŞ NEVŞEHİR NİĞDE ORDU
RİZE SAKARYA SAMSUN SİİRT SİNOP SİVAS TEKİRDAĞ TOKAT TRABZON
TUNCELİ ŞANLIURFA UŞAK VAN YOZGAT ZONGULDAK AKSARAY BAYBURT
KARAMAN KIRIKKALE BATMAN ŞIRNAK BARTIN ARDAHAN İĞDIR YALOVA
KARABÜK KİLİS OSMANİYE DÜZCE ADANA ADIYAMAN AFYONKARAHİSAR
AĞRI AMASYA ANKARA ANTALYA ARTVİN AYDIN BALIKESİR BİLECİK
BİNGÖL BITLİS BOLU BURDUR BURSA ÇANAKKALE ÇANKIRI ÇORUM
DENİZLİ DİYARBAKIR EDİRNE ELAZIĞ ERZİNCAN ERZURUM ESKİŞEHİR
GAZİANTEP GİRESUN GÜMÜŞHANE HAKKÂRİ HATAY ISPARTA MERSİN
İSTANBUL İZMİR KARS KASTAMONU KAYSERİ KIRKLARELİ KIRŞEHİR
KOCAELİ KONYA KÜTAHYA MALATYA MANİSA KAHRAMANMARAŞ
MARDİN MUĞLA MUŞ NEVŞEHİR NİĞDE ORDU RİZE SAKARYA SAMSUN SİİRT
SİNOP SİVAS TEKİRDAĞ TOKAT TRABZON TUNCELİ ŞANLIURFA UŞAK VAN
YOZGAT ZONGULDAK AKSARAY BAYBURT KARAMAN KIRIKKALE BATMAN
ŞIRNAK BARTIN ARDAHAN İĞDIR YALOVA KARABÜK KİLİS OSMANİYE DÜZCE

BİR BANKADAN DAHA FAZLASI



Ziraat Bankası

Yazarkasa dönüşümü 2016'ya yetişecek mi?

Profilo Ödeme Sistemleri İcra Kurulu Başkanı Veli Tan Kirtiş'e göre, TÜBİTAK bugün onay verse bile, 2015 sonuna kadar yeni nesil yazarkasaların üretilip piyasaya sunulması oldukça zor. Peki bir erteleme olacak mı? Olmazsa cezai müeyyide uygulanacak mı?..

Türkiye ödeme sistemleri sektörü, 2011 yılından bu yana sancılı başlayan ama birçok ülke tarafından model alınmaya aday bir dönüşüm süreci yaşıyor. Maliye Bakanlığı, mevcut yazarkasaların "akıllandırılması"; güvenli veri merkezleriyle, Gelir İdaresi Başkanlığı (GİB) ile sürekli iletişim halinde olması, belli birtakım yeni ve gelişmiş teknik özelliklerle donatılması için sektöre 2015 yılı sonuna kadar süre tanıdı. Bu sürecin ilk aşamasında, seyyar yani mobil olarak kullanılan

ve EFT POS olarak adlandırılan cihazların önemli bir kısmı yeni nesil ödeme kaydedici cihazlar (ÖKC) ile değiştirildi. Ocak 2016'ya kadar ise yaklaşık 2 milyon klasik yazarkasanın da değiştirilmesi öngörülüyor. Peki hala ortada böyle bir cihaz örneği yokken bu ne kadar mümkün? Bu soruyu, sektörün duayenlerinden Profilo Ödeme Sistemleri İcra Kurulu Başkanı Veli Tan Kirtiş'e yönelttik. Kirtiş ayrıca, sektörün genel bir fotoğrafını çekip Profilo Ödeme Sistemleri'nin konumunu, strateji, plan ve hedeflerini de anlattı...



Yeni nesil yazarkasa

POS'ların yarıya yakını
bugün masaüstü
olarak kullanılıyor.

Şu an piyasada 175 ila 200 bin
arasında yazarkasa POS kullanılıyor.



Veli Tan Kırtış

Önce isterseniz Yazarkasa POS'tan başlayalım. Sizce bu pazar doyuma ulaştı mı?

Hatırlayacağımız gibi, 2012'de yayınlanan tebliğle sahadaki tüm yazarkasaların "akıllı" hale getirilmesi öngörülmüştü. Bunun için de birkaç temel özellik gerekiyordu: Güçlü işlemci, veritabanı ve uzaktan erişilebilirlik. Profilo Ödeme Sistemleri olarak, yeni nesil ödeme kaydedici cihazları yönetmede, yazılım güncellemede, parametre yüklemeye ve Gelirler İdaresi Başkanlığı ile iletişimde kullanılan bir terminal yönetim sistemi olan TSM sistemlerini, iş ortaklarımıza ve mükelleflere katma değer yaratacak şekilde geliştirdik. Mükellefler için; detaylı stok raporları oluşturma, satış raporu gönderme, mobil çalışan yazarkasalar için mali raporları mükelleflere ulaştırma, istendiği anda konum bilgisini mükellefle paylaşma, çok adetli yazarkasa kullananlarda operasyonlarını hatasız gerçekleştirmeleri için uzaktan terminal yönetimi yapma gibi, müşteriye özel farklı uygulamalar sunabiliyoruz. Uzaktan erişim teknolojisi sayesinde, Maliye Bakanlığı herhangi bir değişiklik talep ettiğinde, mükellefin işini durdurmadan, ekstra maliyet yaratmadan kolay bir şekilde cihaz üzerinde ilgili güncelleme yapılabilir. Bunlar da bir araya geldiğinde cihaz "akıllı" olarak adlandırılabilir.

Sahada yoğun olarak kullanılan POS terminallerinin de yazarkasalarla entegre çalışması gerekiyordu. Burada amaç, kredi kartıyla yapılan her işlemin kasada karşılığının olmasıydı. O dönemde mobil kullanımda tek, ortak bir cihaz olmasına karar verildi. Böylece süreç mobil cihazlarla başladı ve takvimi de 2014 sonu itibarıyla bitti. Mobil cihazların tamamı değilse de önemli bir kısmı değişmiş oldu.

POS firmalarının açıkladığı rakamlara göre seyyar özellikli 500 bin civarında cihaz vardı. Ancak bunlardan seyyar olarak kulla-

nılanların 300-400 bin arasında olduğu belirtiliyordu. Yani seyyar özelliği olup da o şekilde kullanılmayanları da vardı. 2013 sonuna kadar seyyar kullanılan cihazların tamamının yeni nesil yazarkasa POS'larla değiştirilmesi gerekiyordu. 2014 sonu itibarıyla baktığımızda ise yine POS firmalarının belirttiği rakamlara göre sahada 175-200 bin kadar yeni nesil cihaz olduğunu görüyoruz. İşin ilginç yanı, bu cihazların tamamı mobil olarak kullanılmıyor. Biz bunların yüzde 60-70 civarının mobil, kalanının ise masaüstü şekilde kullanıldığını tahmin ediyoruz.

Neden masaüstü olarak kullanılıyorlar?

Çünkü mevcut yazarkasasının mali hafızası dolmuş, yeni bir işyeri açan, ileride yeniden cihaz almak zorunda kalmayayım diye düşününler, nasılsa masaüstü olarak da kullanabiliriz diye bu yeni nesil yazarkasa POS'ları tercih etti.

Tabii bu bazı esnaf için mantıklı bir kararken, bazıları kullanmakta zorlandı. Örneğin, tuş takımları yazarkasaya göre çok küçük olduğu, bazılarının da ekranı küçük olduğu için kullanımda zorluklar yaşanabiliyor. Bir de mobil cihazların üst üste işlem yapma kapasitesi yazarkasalara göre daha düşük. Biz dokunmatik büyük ekranlı ve aynı zamanda tuşları da rahat kullanılabilen bir ürünle piyasaya çıktığımız için, kullanıcılarımıza bu tür sorunlar yaşatmadık. Ayrıca mobile pek uygun olmayan, oldukça büyük ve ağır cihazlar da satışa sunuldu...

Peki akıllı yazarkasalar ne zaman piyasaya çıkacak ve hangi özelliklere sahip olacak? Malum, son anda bir erteleme olmazsa 2016 başından itibaren tüm yazarkasalar yeni nesilleriyle değiştirilmek zorunda...



Şu anda TÜBİTAK'ta onay bekleyen ürünler var. Bizim de birkaç ürünümüz masada bekliyor. Yeni nesil yazarkasa deyince iki çeşit cihazdan söz ediyoruz. Biri POS özelliği içinde olan, diğeri de mevcut yeni nesil bir POS cihazıyla entegre olarak işlem yapabilen. İkisinin de farklı özellik ve avantajları var.

Aslında bu ürünlerin donanım ve yazılım olarak iddialı olması bir taraftan çok olumluken bir taraftan da bazı sıkıntılar getiriyor. Teknik olarak tanımları çok gelişmiş. Hatta biz de geçmişte "bu kadara gerek var mıydı" diye sorgulamıştık. Şu anda POS cihazları da dahil, dünyada güvenlik standartları en yüksek ülkenin Türkiye olduğunu söyleyebilirim. Özellikle kimlik doğrulama açısından çok güvenilirli cihazlar bunlar.

Tabii TÜBİTAK'da yaşanan yoğun onay süreci de işi biraz zorlaştırıyor. Kurumun kaynakları kısıtlı. Buna karşılık çok sayıda firmanın onay bekleyen cihazı var. Dolayısıyla orası, deyim yerindeyse, köprü gişelerine dönüşmüş durumda. Bunu bir konteynır gibi düşünün; ürünlerin paketleri tek tek açılacak, kontrol edilecek sonra siz o yükü karşı tarafa geçireceksiniz. Zamana karşı yarışıyoruz. Bu açıdan ürünlerin tamamının yıl sonuna kadar onay alıp, sahaya kurulması zor görülüyor: Çünkü 1.8-2 milyon civarında bir cihazın yenilenmesi söz konusu.

Mevcut yazarkasaların en azından yeni modellere, yeni nesil ödeme kaydedici cihazların bağlanmasıyla dönüşüm mümkün olabilir miydi?

Hayır, bu kesinlikle söz konusu değil. Maliye Bakanlığı, bu konudaki yaklaşımını 2011 yılında net olarak ortaya koydu ve tüm kasaların bilgisayar özellikli, "akıllı kasa" olmasını istedi. Akıllı yeni cihazların teknik olarak yapabildiği ancak eskilerin yapamadığı birçok fonksiyon var, ileride başka özellikler, uygulamalar eklenmesini öngörüyor. Sonuç olarak şu anda kullanılan 2 milyona yakın yazarkasa değiştirilmek zorunda.

Sizce sektör yeni nesil yazarkasaları bugün üretmeye kalksa yıl sonuna yetiştirebilir mi?

Onaylar bugün alınsa ve sektör olarak 1.8 milyon cihazı üretmeye kalksak, 1 yıldan az bir sürede yetiştirmemiz mümkün değil. Düşünün, üretime başlamadan 6 ay kadar önce bazı komponentleri satın almanız gerekiyor. Bunlar yurtdışından geliyor. Profilo Ödeme Sistemleri olarak 500 bin tane cihaz üretmek istesek, o kadar komponent satın almamız gerekiyor. Onay sürecini öngö-

remiyoruz. 2 ay sonra mı yoksa 1 hafta sonra mı onay çıkacak bilemiyoruz. Bizim masaüstü için TÜBİTAK'a verdiğimiz ürünler yaklaşık 1 yıldır onay sürecinde. TÜBİTAK'ın da işi zor. Çünkü orada da ciddi bir test bandı, bir nevi "gişe" sıkıntısı var.

Peki erteleme olmazsa Ocak 2016'dan itibaren yazarkasa kullanıcılarının cezai yükümlülüğü ne olacak?

Saniyorum ceza konusunda devletin bir zorlaması olmayacaktır. Küçük bir ihtimal ama "Ben bunu 2011 yılında beyan ettim, şimdiye kadar değıştirseydin" diye ceza da uygulanabilir. Ancak devlet, bu tür konularda ceza kesmek yerine, hızlandırma doğrultusunda yönlendirme yapmayı tercih ediyor.

Bir de güvenli veri merkezleri ve yeni nesil ödeme kaydedici cihazlardan bilgilerin GİB'e aktarılması var. Bu konuda sektörün hazırlıkları ne durumda?

Maliye Bakanlığı açısından veri merkezi konusunda gerekli yatırımları gerçekleştirdik. Halen orada test çalışmaları yapılıyor. Tabii bizim açımızdan da veri merkezi önemli. Çünkü biliyorsunuz yazarkasalar doğrudan bakanlığa bağlı olmayacak. Bilgiler önce bizim güvenli veri merkezimize gelip oradan bakanlığa, GİB'e ulaştırılacak.

Bu konuda daha geçen ay teknik birtakım yeni özellikler, ihtiyaçlar tanımlandı. Türkiye'de halen güvenli veri merkezi olan bizim gibi sadece 4-5 firma var. Bu merkezlerin yıl sonuna kadar bazı geliştirmeler, iyileştirmeler yapması takvime bağlandı. Tabii bir yandan da yeni güvenli veri merkezlerinin kurulması gerekiyor. Bu konuda da sektörün paket olarak yetişeceğini öngörmüyorum. Söz açılmışken, Profilo Ödeme Sistemleri olarak PCI DSS sertifikasının son versiyonunu (V3) alan ilk Türk firması olduğumuzu belirtmek istiyorum. Veri merkezi konusunda bizim hiçbir sıkıntımız yok. IT kökenli bir şirket olmamız ve bu alandaki deneyimli ekibimiz çok önemli bir avantaj oldu. Ancak bazı şirketlerin, özellikle takvim kısıtlı olduğu için ciddi sorunlar yaşayacağını düşünüyorum.

Peki talep gelirse veri merkezinizi diğer firmalara açar mısınız?

Evet, prensip olarak, rakibimiz de olsa bizden güvenli veri merkezi hizmeti almak isteyenlere açız.



İş ortağınız Verifone'un zaten bir güvenli bir merkezi var. Neden ondan yararlanmayı da kendiniz böyle bir yatırım yapma ihtiyacı duydunuz?

Verifone, bu sektörde bizim en önemli iş ortağımız. Bu ortaklığın hacmi de büyüyerek devam ediyor. Ancak bu, ileride bazı konularda rakip olabileceğimiz gerçeğini değiştirmiyor. Profilo olarak Türkiye çapında 800 binden fazla çalışan yazarkasamız var. Pazar payımız yüzde 35'in üzerinde. Müşteri profilini çok iyi tanıyoruz. Önümüzdeki dönemde müşterilerimize vereceğimiz katma değerli servis ve hizmetler için de bu veri merkezinin bizim için avantaj olacağını düşünüyorum. Bu yüzden en büyük iş ortağımız Verifone'un güvenli veri merkezini kullanmak yerine kendimiz ayrı yatırım yapmayı tercih ettik.

Aslında dünyada internete bağlı yazarkasa trendi vardı. Biz Türkiye olarak, gerek yüksek güvenlik ve teknik özellikler, gerekse Maliye sistemine bağlanma açısından bir ilke imza atarak trendi değiştirmiş olduk. Nitekim bazı ülkelerde Türkiye örneğinden yola çıkarak yeni adımlar atıldığını tanık oluyoruz. Dolayısıyla biz güvenli veri merkezimizle sadece yurtiçinde değil, yurtdışında da hizmet verebileceğimizi düşünüyoruz.

Söz yurtdışından açılmışken, Profilo Ödeme Sistemleri başka hangi ülkelerde faaliyet gösteriyor?

Profilo olarak Avrupa'da Polonya, Macaristan, Romanya ve Yunanistan'da faaliyetlerimiz var. Afrika'da ise Kenya, Etiyopya ve Zimbabve'de varız. Doğu Afrika'da çok güçlüyüz. Örneğin, Etiyopya'da yüzde 45 payla pazar lideriyiz. Ödeme kaydedici cihaz sayısı açısından dünyanın dördüncü büyük pazarı olan Polonya'da da oldukça etkiniz. Son 2 yılda bu ülkedeki pazar payımızı yüzde 3'lerden 7-8'lere çıkardık ki orada bizde olduğu gibi yerel markalar oldukça güçlü.

Yurtdışı satışlarımızın toplam cirodaki payı yüzde 25-30 seviyelerine ulaştı. Bu arada, bildiğim kadarıyla yurtdışında henüz Profilo Ödeme Sistemleri dışında yazarkasa satan başka bir Türk firması yok. Yurtdışında Farex markasını kullanıyoruz. Bu markayı kısa bir süre sonra Türkiye'de de piyasaya sunacağız.

Özellikle marketlerde, büyük restoranlarda, mağazalarda kullanılan PC POS cihazlarında da çok etkiniz. Bu alanda Tayvanlı Posiflex firmasıyla anlaştık ve Türkiye'deki tek temsilcisi olduk.



TÜBİTAK'ın kaynakları kısıtlı
çok sayıda firma
onay için bekliyor.
Deyim yerindeyse TÜBİTAK
köprü gişelerine dönmüş durumda.
Herkes onay bekliyor...

Bu cihazları ithal ediyor, üzerine gerekli yazılımı yükleyip maliye uyumlu hale getirerek piyasaya sunuyoruz. Rusya'da pazar lideri olan bu marka, dünya çapında ise dördüncü sırada yer alıyor.

Yazarkasa POS konusuna kısaca dönecek olursak, bu alanda Profilo ve Verifone olarak konumunuz, satışlarınız, pazar payınız nedir?

Yazarkasa POS ürünümüzü piyasaya sunalı yaklaşık 1.5 yıl oldu. Şimdiye kadar 40 bin civarında cihaz sattık. Özellikle kurumsal pazarda açık ara bir numarayız. Yani 50 adet ve üzerinde toplu cihaz alan kurumlarda yüzde 90 civarında pazar payımız olduğunu söyleyebilirim. ☹

"YENİ DÖNEMDE PAZAR PAYIMIZ YÜZDE 25'İN ALTINA İNMEZ"

Öyle ya da böyle yazarkasa dönüşümü olacak. Peki bu dönüşüm tamamlandığında nasıl bir pazar ortaya çıkacak? Veli Tan Kirtiş, Profilo Ödeme Sistemleri'nin yaygın bayi ve servis ağı avantajını da vurgulayarak şu değerlendirmeyi yapıyor:

"Yazarkasa pazarında Profilo olarak 30 yıldır bu işi yapıyoruz. Üçte bir civarında pazar payımız var ama Türkiye'deki esnafın üçte ikisine, hatta yüzde 90'ına dokunduğumuzu söyleyebilirim. Hepsine mutlaka bir ürün satmış, hizmet vermişizdir. Bayi, servis ağıımızın genişliği kadar deneyimi de bizim için çok önemli bir avantaj. Bayilerimizin bizimle ortalama çalışma süresi 20 yılı buluyor. Dolayısıyla sahaya çok hakimiz. 800

binden fazla çalışan cihazla sürekli müşterilerimizle ilişki halindeyiz. Yaşayan bir sistem söz konusu. Dolayısıyla veriye de hakimiz. Zaten özellikle son 5 yıldır veri konusuna ciddi şekilde eğiliyoruz. Artık şunu bütün dünya biliyor; müşterinizin verisi varsa o müşteri sizindir, yoksa sizin değildir. Aynı teknik özelliklere sahip rakip ürünler olsa da bizim daha çok satabilmemizin nedeni bu veri, yaşayan sistem. Yeni dönemde de pazar payımızı korumak, en azından yüzde 25'in altına düşmemek gibi bir öngörümüz var. Tabii Türkiye ve halen bulunduğumuz ülkelerdeki deneyimlerimizi, başarılarımızı dünya çapına yaymak, uluslararası bir firma, marka olmak da ana hedefimiz."

ATM'ler hiç bu kadar güvende olmamıştı!

Her ATM'nin başına bir teknisyen dikebilir misiniz? Hayır. Peki teknisyen göndermeden ATM'deki problemi çözebilir misiniz? Çoğunu evet. Nasıl mı? CredoWork'ün şube dışı ATM'ler için geliştirdiği altyapı izleme-yönetim sistemi Manage ATM ile...

HÜSNIYE GÜNGÖR - hgungor@psmmag.com

Issız bir bölgede, şehir dışındaki bir fabrikanın bahçesinde tek başına duran bir ATM düşünün... Veya hemen her akşam bir olayın eksik olmadığı bir mahallenin işlek caddesindeki ATM'leri... Veyahut kalabalık bir alışveriş merkezinde farklı bankalara ait ATM'lerin toplu halde durdukları adacıkları... Bankacılar için fark etmiyor, şube dışındaki her ATM onlar için uzaktaki ATM. Bankalar bünyesindeki belli başlı şu üç grup ATM'lerin işletilmesinden sorumlu: Network grubu, altyapı grubu ve ATM operasyon grubu. Ancak CredoWork Genel Müdürü Gökhan Koldaş, ATM'lerde herhangi bir sorun

çıkığında genelde hangi birimin çözümü üstleneceği konusunda karmaşa yaşandığına dikkat çekiyor. Koldaş, "Bu yüzden problem ortaya çıktığı andan itibaren sorunun tanımlanıp çözümünün bu departmanlardan biri tarafından üstlenmesine kadar geçen süre yarım ila 1 saat arasında değişebiliyor. Sorunun ne kadar sürede giderileceği ise ATM'nin uzaklığına, en yakın ekibin ne kadar sürede ATM lokasyonuna ulaşacağına bağlı" diyor. İşte Koldaş, CredoWork'ün Manage ATM ürününün bu karmaşayı ortadan kaldırmakla kalmayıp sorunun optimum şekilde çözümünün de sağladığını belirtiyor. Bankalar, Cardtek Group şirketlerinden CredoWork'ün

Gökhan Koldaş



geliştirdiği Manage ATM sayesinde, şube dışındaki ATM'lerini uzaktan erişimle çok daha kolay ve etkin şekilde yönetebiliyor. Koldaş, Manage ATM'in esnek yapısı ve raporlama kolaylığıyla da bankalara büyük kolaylık sağladığını vurguluyor. Ürün fiziki güvenliğin yanı sıra "anti-skimming" gibi ek donanımların yönetimiyle ATM sahteciliğini de engelliyor. Gökhan Koldaş, bankaların ihtiyaçlarına özel olarak yapılandırılabilen ve mevcut yazılımlara gömülerek çalışabilen Manage ATM'yi şimdiye kadar Akbank ve DenizBank'ın 3 bin civarında ATM'sine kurduklarını anlatıyor. Koldaş, sistemin yararını anlatırken şu örneği veriyor: "Bin adetlik bir kurulumda, 3 ay içinde 600 sorunun sadece uzaktan açma kapamayla çözülebildiğini gördük. Yani sistemimiz kısa sürede 600 gereksiz servis ziyaretini engellemiş oldu. Yine aynı kurulumda 1.5 saatlik tespit ve müdahale süresi de 15 dakikaya indi. Geçmişe dönük 1 aylık ATM uygunluk (availability) raporunu da 1 dakikada almak mümkün."

1.5-2 yılda kendini amorti ediyor

Peki Manage ATM'nin bankalar için maliyeti ne kadar? Gökhan Koldaş, verilen hizmetin içeriğine göre değiştiği için net bir tutar veremiyor. Ancak "Bankalar Manage ATM yatırımlarını 1.5 ila 2 yıl içinde rahatlıkla amorti edebiliyor" diyor. Koldaş, yurtdışında da çeşitli kuruluşlarla görüşüklerini, yakında Manage ATM'nin ihracatına da başlayacaklarını açıklıyor. CredoWork, geçen yıl yaklaşık 1 milyon dolar olan ihracat gelirinde bu çözümle 500 bin dolarlık artış bekliyor. Bu arada Manage ATM'nin 12'nci TESİD (Türkiye Elektronik Sanayicileri Derneği) Yenilikçilik Yaratıcılık Ödülleri'nde KOBİ dalında "Yenilikçi Ürün Ödülü"ne değer görüldüğünü belirtelim. ☺



ATM'LERE UZAKTAN HANGİ MÜDAHALELER YAPILABİLİR?

Toplumsal olaylarda ATM'lerin zarar görmesini engellemek için kepenk kapatıyor

Malum, şehrin merkezinde kilit noktadaki ATM'lerde kepenk zaten oluyor. Ancak herhangi bir toplumsal olay çıktığında kepenkleri kapatmak için bankanın içinde birinin olması gerekiyor. Böyle durumlar iş saatleri dışında yaşanabildiği gibi, şubeye ulaşmak da mümkün olmayabiliyor. İşte Manage ATM ile durumu anında tespit edebildiğiniz gibi uzaktan kepengi de indirebiliyorsunuz.

ATM kabinlerine yönelik fiziksel saldırıları anında tespit ediyor

ATM kabininin sarsılması, dış çeperlerinin açılarak izinsiz içine girilmesi ya da kapı dışındaki başka yollardan girilmesi gibi olağan dışı durumlar sensörlerce anında tespit ediliyor. ATM gövdesinin titreşiminden darbeye kırılmaya çalışıldığı ya da oksijen kaynağıyla dış muhafazasının kesilmesi durumunda dış çeperlerdeki sıcaklık artışından ATM'ye müdahale edildiği tespit edilebiliyor. Bu tür durumlarda uzaktan alarm devreye sokulup çıkarılabilir.

Ortam değerlerini ölçümleyerek enerji tasarrufu sağlıyor

ATM'lerin dış aydınlatması mekanik ayarlı saatlerle gerçekleştiriliyor. Güneşin doğma batma saatlerine göre bu saatler ayda bir ya da 3 ayda bir ayarlanıyor. Ayarlanmadığı takdirde örneğin karanlıkta ATM'nin dış ışıkları

yanmadığında tüketiciler ATM'yi kullanmıyor. Erken yandığında ise enerji israfına neden oluyor. Aydınlatmanın açılıp kapanması uzaktan yapılabildiği gibi, klimanın çalışmasının gerekmediği zamanlar da tespit edilip enerji tasarrufu sağlanıyor.

ATM'lerdeki sahtecilik olaylarını tespit edip müdahale ediyor

Yurtdışından gelerek ATM sahteciliği yapan çeteler var. Son derece gelişkin teknolojiler kullanarak bir şekilde kartınızı ve şifrenizi kopyalayıp anında hesabınızı boşaltabiliyorlar. ATM'lerde kartın kopyalanmasını engelleyici aparatlar bulunuyor. Manage ATM, işte bu aparatlarla birlikte çalışarak kart kopyalamayı engelleyici "anti-skimming" sistemini yönetiyor. Sistemin devrede olup olmadığını kontrol edip, gerekirse devreye sokuyor.

UPS arızalarını tespit ediyor, elektriksiz 8 saat çalışabiliyor

ATM'lerde kullanılan UPS cihazları elektrik kesintisinde devreye giriyor ve sadece 20 dakika kadar çalışabiliyor. Amacı tam kesinti anında yapılan işlemin yarıda kalmasını engellemek. Kesintiden sonra devam eden ilk işlemi bitirdikten sonra da ATM'yi kapatıyor. Ancak UPS'nin bataryası bitmişse ya da by-pass konumuna gelmişse bu işlemi de başaramıyor. Manage ATM'de ise 8 saat kesintisiz enerji sağlayabilen bir batarya bulunuyor. Böylece UPS'nin sağlıklı ve gerektiği sürede çalışıp çalışmadığı

da bankaya bildirilmiş oluyor. Koldaş, şimdiye kadar, bin adetlik bir kurulumda 100'ün üzerinde UPS hatası tespit edildiğini açıklıyor.

Bakım ekiplerini uzaktan takip ve kontrol ediyor

Bankaların garantisi devam eden ATM'lerin bakım ve onarımı için ATM üreticileri ya da dışardan destek aldıkları şirketlerle servis seviyesi anlaşması (SLA) bulunuyor. Çok az banka kendi bakım ekipleriyle çalışıyor. Manage ATM her iki durumda da gerekli olan servis seviyesinin takibini yapıyor. Periyodik bakımı otomatik hale getirerek ATM üreticileri ve ATM saha bakım hizmeti veren şirketler için kendi bakım hizmetlerini çeşitlendirirken bakım servis seviyelerini yükseltmelerini sağlıyor.

ATM'ye her durumda uzaktan erişim ve yönetim sağlıyor

Network cihazları, UPS, alarm sistemi, para veren ünite, kart kabul eden ünite, kasa gibi bölümlerin tümü ATM üzerindeki PC tarafından yönetiliyor. Bu PC bütün bu ünitelerle network bağlantısı kurarak merkezden kontrolünü sağlıyor. Gerektiğinde ATM'yi uzaktan yeniden başlatabiliyor. Ancak bunun için PC ile birlikte network cihazlarının hepsi çalışıyor olmalı. İşte Manage ATM, PC'nin çalışmadığı, mevcut yazılımla ulaşamadığı durumlarda da merkezden güvenli bir şekilde ATM'ye müdahale edilebilmesini, gerektiğinde açılıp kapanmasını sağlıyor.

Advertorial

DB Positive sektörde bir ilke imza atıyor:

Pozitif Yaşam ve Algı Yönetimi konferansı 21-22 Mayıs'ta...



"Pozitif düşün, etkile, etkilen" sloganı ile yola çıkan DB Positive, beşinci yılını kutladığı bu yıl sektörde bir ilke imza atıyor. 21-22 Mayıs'da Four Seasons Hotel İstanbul at the Bosphorus'da gerçekleşecek, DB Conference 2015 markası ile düzenlenen Pozitif Yaşam ve Algı Yönetimi Konferansı kapsamında 12 oturum, 18 ünlü konuşmacı, sürpriz gösteriler, canlı müzik ve kokteyl parti yer alacak.



Genç, iddialı, fark yaratan fikirler üreten ekibi ile yapılmayana yapmak, sözle değil eylemle fark yaratmak adına; oluşturduğu hizmet kanalları ve destekleyici alt markalarıyla kısa sürede özel ve önemli projelere imza atarak hizmet sağladığı alanlarda birçok kurumun ilk tercihi olan DB Positive Yaratıcı Çözümler ve Proje Yönetimi kurucusu Derya Babuç, sorularımızı cevaplandırdı.

Öncelikle DB Positive hakkında bilgiler paylaşır mısınız? Temel hizmet alanlarınız neler? Ne tür çalışmalar yapıyorsunuz?

Yeni nesil bir iş modeline sahip olan DB Positive; profesyonel iş hayatı geçmişlerini "eğitim", "etkinlik yönetimi" ve "reklam" alanlarında yaptıkları çalışmalar, aldıkları ve sundukları eğitimler ile oluşturmuş, ne istemediklerini iyi bilen, farklı yetenek ve deneyimlere sahip ama aynı hedefte bütünleşen kişileri bir araya getirerek Haziran 2010'da İstanbul'da kuruldu.

"Sürekli aynı şeyleri yaparak farklı sonuçlar

elde etmeye çalışmak deliliktir" inancıyla fark yaratmak ilkesini benimseyen şirketimiz, müşterilerinin vizyonlarını gerçekleştirme sürecinde; bireyler ya da kurumlar üzerindeki etkisini daha üst noktaya taşıyacak, üst düzey yaratıcılık içeren fikirler sunmak ve projeler gerçekleştirmek adına birbirini tamamlayan, anahtar teslim çözümler üreterek müşterilerine avantaj yaratan **dört** alanda faaliyet göstermeye başladı.

Faaliyet gösterdiğimiz her alanda temel amacımız kişilerin duygusal iklimini pozitifte taşımak, içsel motivasyonlarını arttırmak ve böylece hizmet verdiğimiz her alanda harekete geçmeleri adına isteklilik yaratmak oldu. Hedef kitlemiz kurumlar ve kurumlar aracılığı ile tüm bireyler. Ana faaliyet konumuz eğitim ve danışmanlık... Kurumlara organizasyon ve etkinlik, hediye ve iş geliştirme alanında da hizmet veriyor ve tüm çalışmalarımızı HR Marketing uygulamaları ile besliyoruz.

Bu hizmetleri sunarken, hangi yönlerinizi fark yapıyorsunuz?

Kararlı, kendinden emin bir duruş ve pozitif, çok yönlü bir bakış ile yaratıcı çözümler, fark yaratan sonuçlar hedefliyoruz. Altını çizdiğimiz en önemli iki unsur var: Müşterilerimize zaman ve bütçe avantajı sağlıyoruz. Nasıl mı?

Bugün sektörde pek çok eğitim, promosyon, organizasyon firması yer alıyor, sayıları her geçen gün daha da artıyor. Ancak bütünsel hizmet verebilen, proje üretebilen, projenin tüm hizmet alanlarında tek bir çatıdan hizmet alabileceğiniz firma sayısı oldukça kısıtlı, hatta yok denecek kadar az. Bunun olmadığı yerde misyonları ve iş yapış tarzları birbirinden farklı firmalar ile bir projeyi gerçekleştirme sürecinde istenilen sonuca ulaşmak hem çok zahmetli hem de çok pahalı bir yöntem.

DB Positive, eğitim hizmeti verdiği kurumlara HR Marketing uygulamalarını sunabilen ya da iş geliştirme kapsamında yarattığı özel bir projenin hikayesini kurgulayan, eğitimlerini planlayan, organizasyonunu gerçekleştiren ve PR çalışmaları ile projenin bilinirliğine katkı sağlayabilen bir şirket.



Üzerinde çalıştığınız ve Mayıs ayında gerçekleşecek "Pozitif Yaşam ve Algı Yönetimi Konferansı"ndan söz eder misiniz?

Kuruluşumuz olan ilk gün adını koyduğumuz, hayalini kurduğumuz bir çalışmaya imza atıyoruz. DB Conference 2015 markamız ile düzenlediğimiz Pozitif Yaşam ve Algı Yönetimi Konferansı, 21-22 Mayıs'ta Four Seasons Hotel İstanbul at the Bosphorus'da...

Kuruluşumuz olan Haziran 2010'dan itibaren 100'den fazla firma ve 5 binin üzerinde katılımcı ile gerçekleştirilen eğitim ve proje bazlı çalışmalarda aldığımız geri bildirimleri de değerlendirerek içeriğini oluşturduğumuz konferans; gerek içeriği gerekse sponsorluk anlayışı ile benzerlerinden ayrılıyor. Örneğin pozitiflik olgusunu sadece düşünce, psikoloji ya da iş hayatı ile sınırlı tutmadığımız çalışmada şirket sunumları ve fuaye alanında stant kurulumu yer almıyor.

Amacımız bu konferans ile her bir kavramın değerini zıttından aldığı süreçte, siyah olmadan beyazın, başarısızlık olmadan başarının ne kadar anlamsız olacağını da ortaya koyarak farklı duygu ve düşünceleri, yaşanmış hikayelerden de yola çıkarak deneyimlemek, konuşmacılarımız ve özel sürpriz gösterilerimiz ile "pozitif yaşam" için yapılması gerekenler noktasında ilham vermek...

Konferans hakkında detaylı bilgi isteyenler www.dbconference2015.com adresini ziyaret edebilirler.

Neden böyle bir konferans düzenlemeye ihtiyaç duydunuz?

Bu sorunun iki cevabı var diyebiliriz. İlki; DB Positive'in kuruluşu döneminde adımızı belirlerken hemfikir olduğumuz nokta "İnsan kendinde olmayanı başkasına veremiyor" cümlesi idi. Büyüme sürecinde ve hayatımızda biz de pek çok zorlukla, negatif unsur ile karşılaştık, yaşadık. Seçimlerimiz bizi etkiledi, değiştirdi, geliştirdi. Tüm bunları çalışmalarımıza ve hizmetlerimize yansıttık. Bu konferans aslında sürecin bir paylaşım alanı...

Diğer yandan bize gelen taleplerin başında "yaratıcı çözümler" yaklaşımı ile böyle bir çalışma düzenlememiz vardı. Biz de bu noktada bireye ya da kuruma odaklanmadan

herkese hitap edebilecek bir içerik ile özel bir çalışmaya imza atmak istedik. Aldığımız geri bildirimler başarılı olduğumuzu da gösterdiği için mutluyuz diyebilirim.

Program içeriği, konuşmacılar ve katılımcılara dair bilgi verir misiniz?

Konferans içeriği aslında üç aylık bir çalışmanın sonucunda belirlendi. Farklı kurumlarda farklı görevlerde bulunan kişiler, üniversite öğrencileri ve çevremizdeki arkadaş ve dostlarımız ile bir araştırma çalışması yaptık. Bu, sohbet havasında geçen, aslında "Kendinizi nasıl hissediyorsunuz?", "Kendinizi pozitif/ iyi hissetmek için ne yapıyorsunuz?" ya da "Çevrenizde birileri kendini mutsuz, negatif hissettiğinde nasıl aksiyon alıyorsunuz?" sorularının cevaplarını aradığımız bir çalışmaydı. Bu çalışma sonrasında gördük ki aslında çözüm yollarımız ortak... Buradan yola çıkarak alanları belirleyip aynı bakış açısı ile birlikte ilerleyebileceğimiz isimleri tespit ettik.

İlk gün açılışımız Metin Hara'nın "Bir Nefes Yaşam" sunumuyla başlayacak. Mehpere Şayan Kileci'nin "Güç Bende" ve Zaza Yurtsever'in "Egoist Beyne Rağmen İyi Hisset Kendini", Ebru Şenocak'ın "Rağmen Başarmak", Kerem Kamışlı-Tanya Hazal Kaysoydu'nun "Gelecek Nesil Liderlik Ekolü" sunumlarının ardından Nilgün Belgün "İş, Aşk ve Komedi" performansını sergileyecek.

Tuluhan Tekelioğlu - Prof. Dr. Alper Demirbaş "Yeni Hayat" başlıklı sunumlarıyla ikinci günün açılışını yapacaklar. İkinci gün sunum yapacak diğer isimler ve başlıkları, Hande Kazanova "Burçlar Bizi Nasıl Etkiliyor", Uğur Volkan Uysal "Yakışıklı Yemeklerle Mutlu Yaşa", İhsan Elgin "Pozitif Bir Gelecek İçin Girişin", Prof. Dr. Sevil Atasoy "Aşk, Sevgi ve dostluktan, kin, nefret ve cinayete", Alan Experience "Yerinde Durma, Düşle ve Harekete Geç" olacak.

İkinci ve son gün, canlı müzik-kokteyl ile DB Positive 5.Yıl Kutlaması gerçekleşecek.

Katılımcıların başında ise kurum kültürü, iç müşteri memnuniyeti, çalışan bağlılığı, en iyi işveren markası olma sürecinde pek çok proje yürüten ve bu anlamda yenilikler peşinde koşan İK yönetici ve çalışanları; şirketlerin dış müşterilerine verdikleri ürün ve hizmet ile fayda sunan, onları memnun ve

mutlu etmeye çalışan, bu anlamda projeler gerçekleştirilen pazarlama, satış yönetici ve çalışanları, eğitimlerine ve etkinliklerine fark katmak isteyen, bu anlamda özel çözümler arayan, sanatın farklı dallarından ve yaşanmış hikayelerden ilham alarak farklı bir bakış açısı geliştirmek isteyen eğitmen ve danışmanlar, çalışanlarını motive eden ve onları aynı hedefe yönlendirmekle görevli şirket yöneticileri geliyor.

Konferansın kurumlara, çalışanlara ve Türk ekonomisine kazanımları ne olacak?

Geçen hafta katıldığım bir konferansta yer alan değerli konuşmacımız şöyle bir anekdotu bizimle paylaşmıştı: "İşe giriş sonrası çalışanlarımız ile gerçekleştirdiğimiz ilk mülakatta soruyorum: Beklentiniz nedir? Yüzde 84'ü mutlu olmak cevabını veriyor".

İnsanoğlu ihtiyaçlarını karşılamak adına uğraş veren, efor sarf eden bir varlık. Günümüzde en önemli ihtiyacımız huzurlu, mutlu ve dengeli bir hayata sahip olmak belki de. Bu yüzden pek çok kavramı, değeri, yöntemi beklentiyi sorgular olduk. Eğilimlerimiz, tüketimlerimiz farklılaştı. Kimimiz çareyi kişisel gelişim kitaplarında, kimimiz eğitimlerde, kimimiz alıp başını gitme duygusu ile seyahatlerde arıyoruz. Bunların her biri ekonomiyi ayakta tutan farklı alanlar. Bu konferans aslında tek bir noktaya odaklanıyor: "Birey olarak neye ihtiyacımız var ve daha pozitif bir yaşam için benim yöntemim ne?" Bu konferans sonunda düşünce değişimini aslında bireyde yaratıp bunu kurumlara yansıtmayı hedefliyoruz. Çünkü biz "Hiçbir şirket adından ya da binasından oluşmaz, onu oluşturular bireylerdir" cümlesine de inanıyoruz.

Bir diğer nokta ise belki de en büyük kazanım; zirvenin sosyal sorumluluk katkısı... Projenin sponsorluk gelirlerinin yüzde 10'u ilgili kurum tarafından seçilecek projeye aktarılacak. Beylikdüzü Rüzgar Sörfü Klübü ihtiyaçlarının karşılanması, Mor Çatı Kadın Sığınma Vakfı veya sahiplenilmiş, sonrasında ise terk edilmiş evcil hayvanların bakım ve tedavisi... Belki de en büyük katkı bir canlının hayatına dokunabilmek noktası. Herkesi bizim ile birlikte olmaya teşekkürlerimizle davet ediyoruz.

Konferans ile ilgili detaylı bilgi için: www.dbconference2015.com

Vodafone



müşteri deneyimiyle fark yarattı

Vodafone Cep Cüzdan, Multinet işbirliğiyle 20 bine yakın restoranda, yüzde 20'ye varan indirimlerle, üstelik QR kodla ödeme yaptırıyor. Temassız özellikli 90 bin POS cihazında NFC özelliğiyle kullanılabilen Cep Cüzdan, ön ödemeli NFC Cep Nakit kart sayesinde banka bağımsız ödeme imkanı da tanıyor...



Mobil finansal hizmetler, mobil ödemeler, mobil ticaret katlanarak büyüyor. 2020 yılına kadar dünya çapındaki bütün alışverişlerin yüzde 50'sinin mobil cihazlar üzerinden yapılacağı öngörülüyor. Mobil deyince kuşkusuz akla hemen cep telefonu geliyor. Cep telefonu deyince de telekom operatörleri...

Peki telekom operatörlerinin mobil ödemeler, mobil cüzdan konusundaki karnesi nasıl dersiniz? Malum, Turkcell Cüzdan, 31 Aralık 2014 tarihi itibarıyla deyim yerindeyse kepenkleri indirdi. Turkcell'in fastPay ile yola devam edeceği söyleniyordu ama şimdiye kadar bu konuda net bir açıklama yapılmış değil.

Avea ve TTNET de müşterilerine Mobilexpress aracılığıyla fatura ödemeleri, TL yüklemesi, internetten alışveriş gibi konularda mobil cüzdan deneyimi yaşattı. Ancak indirimli fatura ödeme kampanyaları hariç kayda değer bir sonuç aldıklarını söylemek zor.

Sektörün diğer büyük oyuncularında durum nasıl diye merak ettik ve Vodafone Türkiye İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Ender Buruk'u konuk etik PSM'nin bu sayısına...

Ayrıntılarını ilerleyen satırlarda okuyacaksınız ama Vodafone Cep Cüzdan'ın özellikle Multinet'le yaptığı işbirliğinin ve 20 bine yakın restoranda yüzde 20'ye varan indirimli, üstelik QR kodla temassız ödeme imkanı sunmasının fark yarattığını söyleyebiliriz...

Önce kısaca Vodafone Türkiye'nin abone sayısı, Vodafone Cep Cüzdan uygulamasının indirilme sayısı ve kullanım oranı hakkında bilgi verebilir misiniz?

Vodafone Türkiye, 2014 sonu itibarıyla 21 milyonun üzerinde aboneye ulaştı. Şubat 2014'te kullanıma sunduğumuz Vodafone Cep Cüzdan mobil ödeme programı ise bugüne kadar 100 bin kez indirildi. NFC (yakın alan iletişimi) ile 90 bin işyerinde ve QR kod ile 20 bine yakın restoranda Vodafone Cep Cüzdan kullanılabilir.

Vodafone Cep Cüzdan için Multinet ile işbirliği fikri nasıl doğdu, dünyada ve Türkiye'de benzer uygulamalar var mıydı? QR kod ile ödeme ne gibi avantajlar sağlıyor?

Multinet, ortak bir vizyonu paylaştığımız, Vodafone'a son derece değerli katkıları olan bir iş ortağımız. İşbirliğimizin temelinde iki unsur bulunuyor. Birincisi, araştırmalar, düzenli restoran müşterilerinin



Ender Buruk



Vodafone Cep Cüzdan

“keşfet, paylaş, kazan” deneyimi, para transferi, anında ön ödemeli kart yaratma, kredi kartını elle girmeden taratarak ekleme gibi özellikleriyle tüm dünyadaki tek cüzdan uygulaması olarak öne çıkıyor

paylaş, kazan” deneyimi, para transferi, anında ön ödemeli kart yaratma, kredi kartını elle girmeden taratarak ekleme, para transferi yapma, QR ve NFC desteği gibi özellikleriyle tüm dünyadaki tek cüzdan uygulaması olarak öne çıkıyor. QR kod ile ödemenin en temel faydasını, kolaylıkla birçok mecraya uygulanabilmesi (POS, Amerikan servis, mağaza için görsel materyaller, tablet, online ticaret siteleri) ve bu sayede tek bir kullanıcı deneyimi yaşatması şeklinde tanımlayabiliriz. Diğer teknolojiler belirli mecralarda kullanılabilirken NFC'nin sadece temassız POS terminallerinde kullanılması gibi, QR kod kolaylıkla birçok farklı mecrada uygulanabiliyor.

daha fazla akıllı telefon sahibi olduklarını, rahat bir ortamda yeni deneyimlere daha açık olduklarını ve bu deneyimlerini sosyal mecralarda sıklıkla arkadaşlarıyla paylaşarak daha fazla etkileşim kurduklarını gösteriyor. Bu doğrultuda yatırımlarımızı öncelikle bu alana odaklayarak, Vodafone Cep Cüzdan'ı müşteriler ve işletmeler için fayda sağlayacak bir model olarak kurguladık. İkincisi ise Vodafone Cep Cüzdan, para transferi gibi başka finansal hizmetler de dahil olmak üzere, sektörünün lideri şirketlerle stratejik ortaklıklar kurularak geliştiriliyor. Bu sayede tarafların kendi güçlü alanlarına odaklanmasını sağlayarak, en iyi sonuca ulaşılmasını mümkün kılıyoruz. Multinet, 20 bine yakın restorana kapsayan güçlü ağı, gelişmiş teknolojisi ve vizyonuyla işbirliği yapmaktan son derece memnun olduğumuz bir iş ortağımız.

Sadece restoran özelinde QR kod ile ödeme sağlayan başka örnekler de bulunuyor. Ancak Vodafone Cep Cüzdan, “keşfet,

Vodafone Cep Cüzdan'ın restoranlara yönelik çözümü ilgili taraflara ne gibi avantajlar sağlıyor? Aboneler ve restoranlar neden bu uygulamayı tercih etmeli?

Vodafone Cep Cüzdan kullanıcıları 780 anlaşmalı Burger King, Sbarro, Popeyes ve Arby's noktasında fiyatları 38 TL'ye varan içeriği oldukça zengin 2 kişilik “Cep Dostu” menüleri sadece 17.5 TL'ye satın alabiliyor. Ek olarak, müşterilerimize 2 bine yakın restoranda yüzde 20'ye varan indirim fırsatları sunuyoruz. Restoranlar ise Vodafone'un iletişim faaliyetleri sayesinde, hiçbir ek ücret ödemedi ve operasyonel iş yükü oluşturmadan daha çok müşteriye daha kolay, hızlı ve güvenli hizmet verebiliyor. Böylelikle restoranların dijitalleşmesine de destek oluyoruz.

Uygulamayla hayli yüksek bir indirim oranı söz konusu. Gelir ve maliyet açısından restoranlar, Vodafone ve Multinet arasında paylaşım söz konusu mu?

İndirim oranları, tamamen restoranların müşterilere sunmak istediği faydalar çerçevesinde belirleniyor. Vodafone ve Multinet de ayrıca dönemsel kampanyalarla faydalar sunabiliyor.

Vodafone Cep Cüzdan'ın farklı sektörlerdeki kullanım durumu nedir? Vodafone Türkiye farklı sektörlerde benzer işbirlikleri planlıyor mu?

Vodafone Cep Cüzdan, restoranlarda geçerli olmakla birlikte, İstanbul Ulaşım, e-ticaret, HGS yükleme, para transferi, cep lira yükleme gibi servisleri de halihazırda müşterilerine sunuyor. Ayrıca, özellikle fatura ödeme ve market ile akaryakıt istasyonlarına yönelik çözümlerimizi işbirlikleriyle hayata geçiriyor olacağız.

Vodafone Cep Cüzdan, NFC özelliğiyle ne kadar kullanılıyor? Temassız işlem yaptırabilen POS



ve validatör gibi cihazların yaygınlığı nedir? Bu konuda farklı açılımlar bekliyor musunuz, işbirliği arayışı, hazırlıklarınız var mı?

Vodafone Cep Cüzdan, temassız ödeme kabul eden 90 bin terminalde NFC özelliğiyle kullanılabilir. Müşterilerimiz, mevcut SIM'lerini NFC destekleyen SIM ile değiştirdiklerinde, önceden SIM'lerine yüklenmiş ön ödemeli NFC Cep Nakit kartlarıyla anında ödeme yapmaya başlayabiliyor. Bu sayede, müşterilerimizin banka bağımsız ödeme yapmalarını ve ön ödemeli Cep Nakit kart sayesinde de harcamalarını kontrol altında tutmalarını sağlıyoruz. Türkiye'de bu kolaylığı ve NFC ile temassız ödeme ayrıcalığı sunan tek operatör konumundayız.

Vodafone Cep Cüzdan'ın Türkiye ve dünyadaki rakiplerine göre farkı, benzerlikleri neler?

Vodafone Cep Cüzdan'ı farklı kılan birçok özellik mevcut. Öncelikle müşteriler kredi kartlarını Cep Cüzdan'a kolayca ekleyerek hemen kullanmaya başlayabiliyor. Kredi kartı olmayan müşteriler ise anında ön ödemeli Cep Nakit kart yaratabiliyorlar. Ek olarak İstanbul Ulaşım ile yapılan işbirliği sayesinde, raylı sistemde kullanılan Jetonmatik cihazlarından Cep Cüzdan ile jeton alınabiliyor. Bu da nakit dışındaki tek ödeme seçeneği olarak kullanıcılarına büyük kolaylık sağlıyor. Ayrıca, bu özelliği bulandıran tek cüzdan uygulaması olarak farklılaşıyor. Cep Cüzdan ile PTT'den alınan Hızlı Geçiş Sistemi (HGS) etiketlerine yükleme de yapılabilir. Mevcutta müşterilerine NFC ile ödeme seçeneği sunan tek mobil cüzdan uygulaması olmaya devam ediyor.

Cep Cüzdan, giyilebilir teknolojiler sayesinde işyerlerine "akıllı saat" kullanarak ödeme alma imkanı sağlamayı da hedefliyor. Son olarak, yakın zamanda 100'ün üzerinde kurumun fatura ödemeleri de Cep Cüzdan üzerinden yapılabilecek.

Vodafone Cep Cüzdan, "keşfet" özelliğiyle alışveriş öncesinde, "paylaş" özelliğiyle de ödeme anında ve sonrasında olmak üzere tüm alışveriş deneyiminde müşterilerinin yanında olan, bünyesinde başarılı sosyal ticaret modelleri bulandıran ilk uygulama olarak, dünyadaki diğer örneklerden ayrışıyor. Bugün bu özelliklerin bazılarını ayrı ayrı barındıran uygulamalar var. Ancak Vodafone Cep Cüzdan, tüm bu özellikleri aynı çatı altında sunan tek uygulama.

Bankalar, GSM operatörleri, Google, Amazon, PayPal, Apple, Samsung... Herkes başta mobil olmak üzere yeni nesil ödeme kanallarında hakimiyet kurmak istiyor. Bu konuda Vodafone kendini nasıl konumlandırıyor? Rekabet mi yoksa bu kesimler arasında bir işbirliği mi sizce ödemeler dünyasının geleceği açısından daha sağlıklı olur?

Yeni ve gelişmekte olan bir alan olduğundan, bu alandaki her çaba, değerli ve farkındalık yaratması açısından son derece önemli. Farklılaşma noktası ise teknolojiye öte kullanıcı deneyimine, müşteri faydasına ve doğru işbirliklerine odaklanmakla mümkün olacak. Bu nedenle Vodafone Cep Cüzdan'ı, değer katabacağına inandığımız ve ortak bir vizyonu paylaştığımız tüm sektörlerden işbirliğine açık bir platform olarak tanımlıyoruz. Halihazırda ING, PTT, Multinet ve İstanbul Ulaşım ile işbirliğimiz bulunuyor. Yakında açıklanacak diğer sektörlerden işbirlikleri de bu yaklaşımın bir parçası olacak.



Türkiye'de donanım, yazılım açısından teknolojik altyapı gelişmiş olduğu halde ödeme sistemlerindeki yeniliklerin yeterince hayata yansımamasını nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu konuda neler yapılabilir?

Ödeme sistemleri, kullanıcı ve işletmeler olmak üzere iki taraftan oluşuyor. Ülke olarak daha çok, ilk etapta yeni teknolojileri hayata geçirmeye odaklanıyor, kullanıcı deneyimini ve müşterilere ne fayda sunulduğunu gözden kaçırabiliyoruz. Üstelik birçok yenilik geliştirilirken, üye işyerlerini yaygınlaştırmakta, işyeri çalışanlarını eğitmekte veya onlara ne fayda sağlayacağını anlatmakta yetersiz kalabiliyoruz. Vodafone Türkiye olarak bu iki başlık üzerinde daha çok durmanın ve özellikle kabul noktası sayısında işbirliğine güvenin, sektörün ortak amacı olması gerektiğini düşünüyoruz.

Yakın, orta ve uzun vadede nasıl bir ödemeler dünyası öngörüyorsunuz? Hangi ödeme çözümleri öne çıkacak, nakdin kullanımı bu gelişmelerden nasıl etkilenecek?

Bizim neslin ilk alışveriş deneyimi mahalle bakkaldan alışveriş yapmaktı. Günümüzde ise artık 2 yaşında çocukların bile uygulama mağazalarından oyun indirdikleri ve bir nevi alışveriş yaptıkları bir noktaya gelmiş durumdayız. Değişimin bu derece belirgin olduğu bir dönemde, ödeme sistemlerinin değişmediği ve nakit paranın hâlâ egemen olduğu bir dünyadan bahsetmek mümkün değil. Vodafone Türkiye olarak, geleceğin uzun vadede mobil finansal servislerde olduğunu düşünüyoruz. ☹



vodafone

Mısırlılar ekmeği de benzini de Verifone aracılığıyla alıyor

Verifone, MENA olarak tanımlanan Ortadoğu ve Kuzey Afrika Bölgesi'ni de Türkiye'den yönetiyor. 34 ülkeden sorumlu Verifone MENA'nın Genel Müdürü Özgür Özvardar, farklı kültürlerle çalışmanın kendileri için bir ayrıcalık olduğunu düşünüyor. Özvardar "Bölgenin o kadar farklı ihtiyaçları var ki her ülke için farklı çözümler geliştiriyoruz" diyor...



Verifone
MENA ekibi

Ödeme sistemleri, hayatın her alanına dokunan çözümlerle dünyanın en inovatif sektörü. Bu sektöre POS cihazı üreticisi olarak başlayan, zamanla ödeme sistemlerinin her alanında çözüm üreten bir iş ortağına dönüşen Verifone, hizmet verdiği pazarların ve ülkelerin ihtiyaçlarına özel çözümlerine hız verdi. Bu alandaki öncülüğü ise MENA adı verilen, Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerinin yönetildiği bölge üstlenmiş durumda... MENA bölgesinde yer alan 34 ülke, İstanbul'daki ana merkezden yönetiliyor. Bu ekibin liderliğini ise Özgür Özvardar yapıyor. Ni-

jerya, Somali, Etiyopya, Pakistan, Afganistan, Tunus, Mısır, Lübnan gibi ülkeler hem Özvardar'ın hem de ekibinin uğrak noktaları haline gelmiş durumda.

Özgür Özvardar, "Hizmet verdiğimiz ülkelerden memnunuz ve bölge itibarıyla çok farklı yerlerde çok farklı kültürlerle tanışıyoruz. Bu bize aynı zamanda iş anlamında da çok büyük heyecan veriyor" yorumunu yapıyor.

Yönetimindeki 34 ülkenin neredeyse tamamının ödeme sistemleri açısından 'bakir' pazarlar olduğunu belirten Özvardar, "Bu nedenle hizmetlerimiz, çözümlerimiz büyük ilgi görüyor. Müşterilerimiz ve tüketiciler de hayatlarının kolaylaşmış görünce daha da



Nijerya Devlet Başkanı Goodluck Ebele Azikiwe Jonathan, elektronik kimlik kartı projesi kapsamında Verifone biyometrik POS'u kullanırken...

mutlu oluyor. Düşünün, geçen ay Pakistan'da bir toplantı yaptık, sektörde çalışan sayısı 10 bin bile değilken toplantıya yüzlerce kişi geldi. Ülkedeki tüm gazete ve televizyonlarda haber oldu" diyor.

Mısır'da hükümet çok istekli

Verifone MENA ekibi, sorumluluğunu üstlendiği bölgede Verifone'un bugüne kadar yapmadığı projeleri gerçekleştiriyor. Özvardar, yüzde 80'in üzerinde pazar payına sahip oldukları Mısır'da hayata geçirdikleri ve başarılı olan iki projeyi şöyle anlatıyor:

"Mısır'da hükümet, satın alınan benzinin parasının bir kısmını vatandaşa geri ödüyor, yani sübvansiyon veriyor. Bugüne kadar ödemeler ehliyet ya da plaka üzerinden yapılıyordu ve çok ciddi kaçaklar vardı. Hükümetle birlikte bizim POS cihazlarımızın kullanıldığı bir proje gerçekleştirdik. İstasyonlara akaryakıt taşıyan tüm tankerler bir merkezden izleniyor. 'Hangi araç nerede, hangi istasyona ne kadar yakıt götürdü' hepsi kayıt altına alınıyor. Araç sahiplerine de birer kart verildi. Akaryakıt alınırken o kart kullanılıyor, devlet de o karttaki rakamlara göre geri ödeme yapıyor. Kart sahipleri isterse aynı kartla aldıkları akaryakıtın da

parasını ödeyebiliyor.

Şu anda yaklaşık 25 bin adet POS cihazımız sadece bu proje için kullanılıyor. Öyle ki projemizin başarısını çok yakın zamanda katılacağımız bir yarışmayla da duyuracağız. Aynı sistemi eklemek için de kullanmaya başlayacaklar. Gelir düzeyi düşük olan Mısırlılar ekmeği ücretsiz alıyor. Bu sistemi kullanarak, kim eklemek alacak, ne kadar alacak, aynı sistemi kullanarak düzenleyeceğiz."

Nijeryalı çiftçi tarlasında kart kullanıyor

MENA bölgesinde geliştirilen başarılı projelerden bir örnek de Nijerya'dan. Özvardar, Nijerya devletinin devasa miktarlara ulaşan kayıt dışı ekonominin önüne geçmek için ilk önce ülkenin en büyük kenti Lagos'ta 'nakitsiz toplum' projesini başlattığını anlatıyor. İki yıl önce başlayan bu projenin hedefine ulaştığını, ülkede POS cihazı sayısının 260 binleri bulduğunu belirten Özvardar, sözlerini şöyle sürdürüyor:

"Partiler, bürokratlar değişse de proje aksamıyor. Halk da büyük ilgi gösteriyor, şimdi ülkenin diğer bölgelerine yayılma aşamasına geçildi."

Yine Nijerya'da sürdürülen bir diğer proje ise vergilerle ilgili. Ülkede devletin çiftçilerden yüklü alımlar yaptığını söyleyen Özvardar, "Bizim geliştirdiğimiz sistem ve cihazlarımızla görevliler tarlaya kadar gidiyor, çiftçiden hasadını alıyor. Ne kadar ürün alınmış, ne kadar ödeme yapılacak hepsi kayıtlı. Böylece çiftçiler de zamandan tasarruf ediyor" diyor.

Verifone MENA ekibi, Kuzey Afrika'ya özel Wynid ve Ortadoğu'ya özel VHQ projelerine de imza attı. Özvardar, bu projelerin ayrıntısını da şöyle anlatıyor:

"Kuzey Afrika'da üst düzey perakendecilerin kullandığı mağazacılık çözümü olan Wynid, tüm bankacılık uygulamalarını back office'de toplayarak işlem yapmayı sağlıyor. Ortadoğu'ya özel çözümümüz VHQ ise bir monitoring sistemi olarak çalışıyor. Tüm POS cihazlarının birbiriyle entegre şekilde çalışmasını sağlayan sistem, POS'un nerede olduğunu, çalışıp çalışmadığını, kısaca tüm işleyişi raporluyor."

BÖLGENİN GELİRİ İKİ YILDA YÜZDE 300 ARTTI

Verifone MENA, 34 ülkeyi 38 partnerle Türkiye'den yönetiyor. Büyümeye ve müşterilerin ihtiyaçlarına hızla yanıt vermeye devam ettiklerini söyleyen Özvardar, iki yıl içinde bölgenin gelirinin yüzde 300 arttığını vurguluyor.

Özgür Özvardar, aralarında Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri gibi ödeme sistemlerinde çok gelişmiş ülkelerde pazarı genişletirken, Afrika'nın bu sektörde hiç tanışmamış ülkelerinde ya da Mısır gibi yolun başında olan pazarlarda ise sektörü adeta baştan kurduklarını söylüyor.





Mobil dünyanın METAMORFOZ'u başladı

Turkcell'in eski "mobil beyin" takımı; Faruk Eczacıbaşı'nın "melek" kanatları altında; Bülent Gönç, Turgut Gürsoy gibi duayenlerin kılavuzluğunda yeni ufuklara yelken açtı. Tamamı mobil olan bulut tabanlı ödemeler, toplu ulaşım çözümleri ve mobil ticaret uygulamalarıyla ısınma turlarını tamamlayan Metamorfoz, adı üzerinde mobil dünyada başkalaşmayı ve dönüşümü başlatma iddiasında...

ABDULLAH ÇETİN - acetin@psmmag.com

Yunancadan Latinceye aktarılan metamorfozun Türkçe karşılığını aradığımızda başkalaşım, form değiştirme, dönüşüm gibi kavramlara ulaşıyoruz. Mobil ödeme sektörünün yeni oyuncularından Metamorfoz da adının hakkını vermek için mobil dünyada, özellikle ödeme alanında, bir başkalaşım, dönüşüm başlatmayı amaçlıyor...

Biz Metamorfoz'u, TEB'in CEPTETEB uygulaması için Visa Europe işbirliğiyle geliştirdiği HCE (Host Card Emula-

tion) çözümüyle tanıdık. Hatırlayacağınız gibi bulut tabanlı, SIM kart bağımsız bu yeni mobil ödeme çözümünün ayrıntılarına geçen ayki sayımızda yer vermiştik.

Faruk Eczacıbaşı'nın "kurucu ve yatırımcı" olarak yönetim kurulu başkanlığını üstlendiği, yönetim kurulunda Koç Sistem'in eski CEO'su ve Anadolu Grubu Teknoloji Bölümü İcra Kurulu Başkanı Bülent Gönç ile Lidya Ventures Yönetim Kurulu Başkanı Turgut Gürsoy'un yer aldığı bu start-up ilgimizi çekti ve hikayesini öğrenmek için üç kurucu ortağın katılımı çaldık...

MASTERCARD VE VISA'NIN TEKNOLOJİ PARTNERİ

Faruk Eczacıbaşı, Yönetim Kurulu Başkanı olsa da Metamorfoz bir Eczacıbaşı Grubu şirketi olarak faaliyet göstermiyor. Ancak Eczacıbaşı Bilişim Grubu bünyesindeki E-Kart, E-Güven gibi kardeş şirketlerle bazı ortak projeler geliştiriyor, grup şirketlerine yazılım desteği sağlıyor.

Visa Europe ve TEB işbirliğiyle HCE projesini geliştiren Metamorfoz, MasterCard ve Visa'nın teknoloji partneri konumunda. TÜBİTAK'a başvurup bir patenti için Ar-Ge desteği de alan şirket, iki global patent başvurusunun da sonuçlanmasını bekliyor.

Metamorfoz, başta mobil finansal hizmetler ve mobil ticaret odağında olmak üzere pek çok yenilik geliştirip dünya pazarlarına sunmayı hedefliyor. Ergi Şener, ayrıntılarını şimdilik açıklamıyor ama yakında İstanbul Büyükşehir Belediyesi bünyesindeki Belbim, BKM, Turpak, Bitaksi gibi kurum ve kuruluşlar için geliştirdikleri mobil çözümlerin devreye gireceğini belirtiyor.

Dünya çapında ilklere imza attılar

Metamorfoz, Aralık 2013'te Alp Sardağ, Ergi Şener ve Uğur Yiğit tarafından kuruldu. Ortakların çok fazla ortak noktası var. Alp Sardağ ve Uğur Yiğit Boğaziçi, Ergi Şener ise Sabancı Üniversitesi mezunu. Sardağ bilgisayar, Şener mikroelektronik, Yiğit ise yönetim bilişim sistemleri mezunu. Üçü de birlikte ve ayrı yarı Turkcell'de çalışmışlar. Üçü için de "genç girişimci" diyebiliriz. Sardağ 43, Yiğit 35, Şener ise 32 yaşında...

Ortaklarla konuştuğunda konu dönüp dolaşp hep Turkcell'e geliyor. Çünkü Turkcell'in geliştirdiği mobil ödeme uygulamalarının neredeyse tamamında onların da imzası var. Önce Süreyya Ciliz ve Cenk Bayraktar'ın, sonrasında İlker Kuruöz'ün teşvik ve destekleriyle sadece Türkiye'de değil, dünya çapında ilklere imza atmışlar. Turkcell Cüzdan'ın 2012 yılında "dünyanın en gelişmiş mobil cüzdanı" olarak lanse edilmesinde, uluslararası düzeyde 'case study' olmasında çok önemli roller oynamışlar.

Dünya çapında bir ilk olan "kart PIN"iyle cep telefonundan ödeme yaptırmanın ardında da yine bu isimler var. Keza bir mobil cüzdanda birden fazla bankanın kredi ve banka kartlarının kullanılabilmesi ilk mobil cüzdanın da...

Turkcell içe dönünce, onlar radarı dışa çevirdi

Peki Turkcell'de bunca başarılı projeye imza atan üç arkadaş neden orada devam etmek yerine kendi işlerini kurmaya karar verdiler? Aslında Ergi Şener, arkadaşlarından yaklaşık 2 yıl kadar önce Turkcell'den ayrılıp MasterCard'a Güney Doğu Avrupa İş Geliştirme Yöneticisi olarak geçmişti...

Ortaklar, Metamorfoz'un fikir olarak temelini 2010 yılında attılar. Turkcell'den kopuş kararının nedenini tahmin etmekse sanırım sizler için de zor olmayacaktır. Malum, şirketin ortaklık yapısındaki sorunlar ve bunun ister istemez yönetime de yansması en önemli etken. Nitekim 31 Aralık 2014

itibarıyla Turkcell Cüzdan'ın uygulamadan kalkması da bu kararlarının ne kadar yerinde olduğunu gösteriyor. Ergi Şener ise kendileri açısından gerekçeyi şöyle anlatıyor:

"Turkcell'de Türkiye ve dünya çapında ilk olan uygulamalar hep global bir açılım, tüm mobil dünyayı etkileyip, şekillendirmeye yönelik bir hedef doğrultusunda geliştiriliyordu. Hayata geçen projeler dünyaya pazarlanacak, yeni işbirlikleri yapılacak, yeni kapılar açılacaktı. Biz de bu vizyonun bir parçası olarak pek çok inovasyonu Türkiye'den dünyaya sunacak şekilde geliştirdik ve özellikle mobil ödeme alanında çok önemli bir uzmanlık kazandık. Bu süre zarfında, mobil ödemelerde de kısa sürede radikal değişiklikler yaşandı ve uçtan uca mobil ödeme çözümleri sunabilecek oyuncu ihtiyacı ortaya çıkmaya başladı. Omni-channel, mobil cüzdan, mPOS gibi kavramlar 'ödemelerin demokratikleşmesi'nin önünü açtı. Biz de bunun üzerine risk alıp kendi rotamızı çizmeye karar verdik."

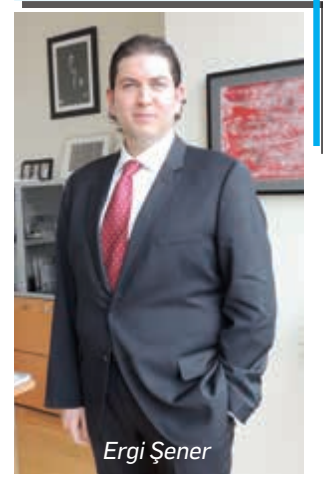
Uğur Yiğit ise "Bugün dönüp baktığımızda Turkcell'in bize çok şeyler kattığını görüyor ve ona şükran duyuyoruz ancak biz de Turkcell'e çok büyük değerler kattık" şeklinde duygularını ifade ediyor.

Bankaları EMV'ye geçiren "yapay zeka" uzmanı

Ortaklardan Alp Sardağ, yazılımcı yönü ağır bastığı için takımın daha çok "yapay zekası" temsil ediyor. Sardağ'ın ilk iş deneyimi ise hava trafik kontrol sistemleri yani radar konusunda. Tekfen Grubu bünyesinde Fransız Thomson markasının sivil havacılık radar sistemleri konusunda uzmanlaşmış. Ardından yine aynı konuda Premier şirketi için bir süre Kanada'da görev yapmış. Daha sonra da Telenity firmasıyla anlaşmış ve Türkiye'nin ilk multimedya mesaj sistemini yazmış.

Sardağ'ın ödeme sistemlerindeki deneyimi ise bir dönemin gözde şirketlerinden İsraili Lipman'a dayanıyor. Daha sonra

Verifone tarafından satın alınan bu şirkette önce çipli kartlar, ardından PIN derken Türk bankalarının EMV geçişinde çok önemli rol üstlenmiş. Bir nevi Türkiye'nin akıllı kartlarla tanışmasını sağlamış. Lipman'ın Türkiye'deki EMV geçişi deneyimlerinin diğer ülkelere de taşınmasında danışman olarak görev almış. Ardından Vodafone bünyesindeki Oksijen'le mobil dünyaya adım atmış. Turkcell'de ise akıllı



Ergi Şener



Alp Sardağ



kart deneyimlerini SIM'e taşımış. Alp Sarıdağ, akademik olarak, "yapay zeka ve onların robotlara uygulanması" alanında doktora tezi yapmış.

Mobil ödemeleri Türkiye'ye sevdiren kişi

Günlük hayatımızda severek kullandığımız pek çok ödeme uygulamasının arkasındaki isim olan Ergi Şener, mobil ödeme ve NFC denince dünya çapında ilk akla gelen kişilerden. Kariyerine, Sabancı Üniversitesi'nin Girişimcilik Programı kapsamındaki yatırımı NTT (New Tone Technologies) şirketinde kurucu ve iş geliştirme direktörü olarak başlamış. Ardından birçok kurumsal ve global şirkette önemli görevlerde bulunmuş. Garanti Ödeme Sistemleri Pazarlama Bölümü'nün ardından, 2010 yılında katıldığı Turkcell Yeni Teknoloji İşleri Bölümü'nde mobil finansal servislerin ürün yöneticisi olarak görev almış. Başta Turkcell Cüzdan olmak üzere pek çok başarılı projeye imza atmış ve yönettiği servisler dünya çapında "başarı hikayesi" olarak gösterilmiş. Dönemin Turkcell CEO'su Süreyya Ciliz, Ergi Şener'i "işinin lideri" nitelemesiyle kurum içinde örnek göstermiş. Şener, ayrıca Turkcell ve Türkiye'yi GSMA Pay-Buy-Mobile grubunda temsil ederek, NFC teknolojisinin standartlaşmasında ve iş modellerinin oluşmasında önemli rol oynamış.

Şener, 2013 yılında bünyesine katıldığı MasterCard'da ise Güney Doğu Avrupa Yeni Nesil Ödeme Sistemleri İş Geliştirme Yöneticisi olarak çalışmış. MasterCard'ın BiTaksi, Caffè Nero, Tivibu, TAV, Protel ve yemeksepeti.com için geliştirdiği önemli projelere liderlik yaparak, kilit

görevler üstlenmiş. MasterCard Europe CEO'su tarafından "yılın en iyi inovasyonu" ödülüyle inovasyon konusundaki uzmanlığını taçlandırmış. Şener, ayrıca inovasyona yönelik çalışmalarına akademik olarak da doktora seviyesinde devam ediyor.

Saha uzmanı, ihtiyaç avcısı

Uğur Yiğit içinse kelimenin tam anlamıyla "saha adamı" diyebiliriz. Müşterinin, tüketicinin neyi istediğini, neye ihtiyacı olduğunu, daha onlar fark etmeden bulup ona göre ürün, hizmet geliştirmeye odaklanıyor. Örneğin, 2006 yılında Turkcell'de "Service Booster" (Anında Cevap) adı verilen pop-up uygulamasını da bu sayede geliştirmiş. 2007'de yabancı bir firma tarafından ürünleştirilip piyasaya sunulan

bu uygulama, Turkcell'e 40 milyon doların üzerinde gelir sağlamış. Uğur Yiğit de Turkcell içinde yaratıcı fikriyle ödüllendirilen iki isimden biri olmuş...

Kampanyalar için SMS ve e-mailin daha az "rahatsız" eden alternatifi olarak tanımlayabileceğimiz "Service Booster" uygulaması, bankaların tek kullanımlık şifrelerini de kötü niyetli kişilerin eline geçmeden kullanıcıya ulaştırıyor. ☹



Uğur Yiğit





MARKANIZIN
DEĞER KAYBETMESİNE
İZİN VERMEYİN!

Müşterilerinizin Hassas Ödeme & Kişisel Bilgilerini Otoriteler ve Ulusal Regülasyonlara Uyumlu Çözümlerle Güvence Altına Alın...

Finans, Perakende ve Sigortacılık sektörlerine özel ödeme çözümlerimizle, müşterilerinize ait hassas ödeme verisi dahil tüm kişisel bilgilerin güvenli şekilde işlenmesi ve saklanması güvence altına alıyoruz. Cordis4NET ödeme platformu regülasyonlara uyumlu ve global otoritelerden sertifikasyonlu alt yapısı ile sizi hem finansal hem de kanuni risklerden korur.



HIZLI



GÜVENLİ



KOLAY



DenizBank'ın tüm müşterilerine dokunan 27 kişilik dev ekip

DenizBank Üye İşyerleri İlişkileri Grup Müdürlüğü, her ay bankanın neredeyse tüm müşterileriyle farklı kanallarla iletişim kuruyor. 27 kişilik takımın başında Grup Müdürü Hulusi Arslan var. Arslan, ekibin başarısının sırrını, deneyimli olmalarına ve uzun süre bir arada çalışmalarına bağlıyor...



DenizBank Üye İşyeri ve Ticari Kartlar Portföy Yönetimi, bankada KOBİ ve Tarım Bankacılığı Grubu Genel Müdür Yardımcısı Burak Koçak'a bağlı olarak faaliyet gösteriyor. Gruba bağlı üç birimden Üye İşyeri İlişkileri Pazarlama Satış ve Performans Yönetimi'nin

başında Serhan Hacısüleyman, Sponsorluk ve Özel Müşteri Yönetimi'nin başında Abdullah Yıldırım, Ticari Kartlar Portföy Yönetimi'nin başında ise Seçil Özmen bulunuyor. Söz konusu üç bölüm, KOBİ Bankacılığı Grup Müdürü Hulusi Arslan'a bağlı olarak çalışmalarını sürdürüyor.

Üye İşyeri İlişkileri bölümü, 2004 yılından bu yana geniş POS ürün yelpazesi ve toplamda 27 kişilik kadrosuyla DenizBank şubelerinin yanı sıra tüm işkollarına hizmet veriyor. Şube müşterilerine daha yakın olma ve sinerji yaratma amacıyla bankanın 16 bölgesinde üye işyeri temsilcileri bulunuyor.

Hulusi Arslan, oldukça tecrübeli ve know how'ı yüksek bir takım olduklarını, ekibin yarısının yaklaşık 20 yılı aşkın süredir bir arada çalıştığını vurguluyor. Arslan, "Pazarlama ve satış birimimiz, müşterilerle ilişkileri geliştirmek, onların ihtiyaçlarını anlamak ve bu ihtiyaçlar doğrultusunda ürün ve hizmetlerimizin tanıtımını yapmaktan sorumlu. Ürün yönetimi ve desteği, eğitim ve pazarlama

konularının yanı sıra işyeri POS başvurularının değerlendirilmesi, POS ürün performansının ölçülerek raporlanması ve fiyatlama stratejilerinin belirlenmesi konularında destek veriyoruz" diyor.

Yazarkasa POS dönüşümü DenizBank'ı öne çıkardı

Hulusi Arslan; Visa, MasterCard, JCB ve Amex kartlarının kabul edilmesiyle yürütülen firma, bölge ve sektör bazlı kampanyalarla 2014 yılı itibarıyla 197 bin POS adedine ulaştıklarını söylüyor. Arslan, "Güçlü networkü sayesinde DenizBank, 2014 yılında POS sayısında beşinci sıraya yükseldi" diyor. Hulusi Arslan, bu büyümenin nedenlerini ise şöyle açıklıyor:

"Seyyar olarak kullanılan EFT POS cihazlarının 1 Temmuz 2013 itibarıyla yeni nesil yazarkasa POS cihazlarına dönüştürülme zorunluluğu pazarda yeni dengeler oluşmasına yol açtı. İlgili yasa ve Gelir İdaresi Başkanlığı'nın tebliği doğrultusunda geliştirilen ilk cihaz, ilk kez DenizBank tarafından işyerlerimizin kullanımına sunuldu. Hem yenilikçi imajımıza uyan hem de öncülük ettiğimiz ürün sayesinde ödeme sistemlerinde yaklaşık çeyrek asırdır kullanılan POS terminalleri yazarkasayla birleştirilerek yazarkasa POS olarak yeni bir boyut kazandı. Öncelikle seyyar EFT POS terminalleri için getirilen bu mecburiyet 1 Ocak 2016 itibarıyla

"TÜM YAZARKASA DÖNÜŞÜMÜ KADEMELİ YA DA SEKTÖR SEKTÖR OLABİLİR"

Hulusi Arslan, DenizBank'ın geçen yıl özellikle yazarkasa POS tarafında çıkardığı yeni ürün konseptiyle önemli bir ivme kazandığını vurguluyor. "İlk olmanın da avantajıyla başarılı bir operasyona imza attık ve bu yeni ürünü 36 ay kadar vade imkanıyla esnafımızla buluşturduk" diyen Arslan'ın, 1 Ocak 2016'dan sonra devreye girecek yeni nesil "akıllı yazarkasa" dönüşümüyle ilgili beklenti ve değerlendirmeleri ise şöyle:

"2016 başından itibaren klasik masaüstü yazarkasalar da dahil tüm ödeme kaydedici cihazlar bu sisteme entegre olacak. Şu anda çalışmalar sürüyor. Ancak henüz ortada ne bu talebi karşılayabilecek bir üretim bandı ne de buna cevap verebilecek saha servis hizmeti var. Oldukça zor bir iş. Belki kademeli ya da sektör sektör şeklinde bir geçiş yapılabilir. Biz yazarkasa POS'ta ilk olmanın da etkisiyle bazı sıkıntılı süreçler yaşadık. Ama hepsini başarıyla atlattık. Sonuçta Türkiye adına bir devrim yaşıyoruz ve bu sürecin kesintiye uğramaması gerekiyor.

DenizBank olarak bu noktada mevcut ödeme sistemlerinin dinamiğini nasıl koruyacağımızı, entegrasyonu nasıl sağlayacağımızı inceliyoruz. Amacımız, değişim sırasında pazardaki çitimizi bir basamak daha yukarı taşıyabilmek. POS-Yazarkasa POS sayısı olarak baktığımızda pazar payımız yüzde 9'lara yaklaştı. Bu payla beşinci sıradayız."



Hulusi Arslan
DenizBank Üye İşyeri
İlişkileri Grup Müdürü



Soldan sağa
Serhan Hacısüleyman,
Hulusi Arslan,
Seçil Özmen,
Abdullah Yıldırım

tüm yazarkasalar için geçerli olacak.” Arslan, fiziki alışverişler ve yazarkasa POS’un yanı sıra e-ticaret dünyasında da 2014 yılında DenizBank tarafından altyapısı geliştirilen Inter V-POS platformunun yoğun olarak kullanıldığını ve bu konuda da müşterilere hizmet verildiğini belirtiyor. Arslan, “Ayrıca ödeme sistemlerinde yeni ve hızlı bir ödeme şekli olan mobil ödeme platformu fastPay uygulamasını tüm POS terminallerimize entegre ederek işyerlerimizin kullanımına sunduk. Halen 80 bin işyerinde fastPay uygulamamız çalışıyor. fastPay kullanıcıları, nakit veya kredi kartı seçeneğini kullanarak ödemesini yapabiliyor. İşyerlerimiz de ödemesini yapan fastPay kullanıcılarımız aynı anda POS terminallerimiz üzerinde işlemi kontrol edebiliyor” diyor.

Sponsorluklar onlardan soruluyor

2013 yılında kurulan Sponsorluk ve Özel Müşteri Yönetimi bölümü, sponsorluk anlaşmalarını koordine ediyor. DenizBank kartı sahiplerini özel imkanlardan ve ayrıcalıklardan yararlandırıyor. Ayrıca, bankanın verimliliğine katkıda bulunacak şekilde mevcut ilişkilerin derinleştirilmesi, yeni müşteriler bulunması ve sponsor üye işyerlerinin etkili bir reklam mecrası olarak kullanılmasını sağlıyor.



DenizBank Sponsorluk ve Özel Müşteri Yönetimi Bölüm Müdürü Abdullah Yıldırım (solda) ve Umut Taylan Taşkın



*DenizBank Üye İşyeri
İlişkileri Satış ve Performans
Yönetimi Ekibi*

Esnaf ve üreticinin dostları

Ticari Kartlar Portföy Yönetimi de DenizBank'ın en etkili bölümlerinden biri. Yenilikçi bir anlayışla çıkarılan ve 2008 yılından beri esnafın hizmetinde olan İşletme Kart'ın arka plandaki yönetiminden bu bölüm sorumlu. İşletme Kart'ın 300 bin esnafın günlük ihtiyaçları için ellerinin altındaki kolaylık haline geldiğini vurgulayan Hulusi Arslan, "Ticari bir kredi kartı olmasının yanı sıra kolayca başvurulabilen; hızlıca ve birçok kanaldan kredi kullanılabilen bir platformla Türkiye'de bir ilk oldu" diyor.

DenizBank'ın, İşletme Kart ve çiftçilere sunulan Üretici Kart'la birlikte 933 bin ticari kartı bulunuyor. Bankanın bu alandaki pazar payı yüzde 34'e ulaşmış durumda. Ticari kartlar, kredinin yanı sıra esnaf ve çiftçinin vadeli ve uygun koşullarda mal almasına aracılık ediyor. İşletme ve Üretici kartları, yıl içinde düzenlenen kampanyalarla borç öteleme ve ek taksitlendirme fırsatları sunuyor. Ayrıca örneğin, indirimli akaryakıt temin ederek tasarruf edebilecekleri bir sistemden de faydalandırıyor.

Deneyim de birlikte çalışma süresi de yüksek

Bankada bu kadar önemli işlere imza atan grubun özelliklerine gelince... Ekibin başındaki isim Hulusi Arslan'ın bankacılık tecrübesi 30 yılı yakın. Türkiye'de kredi kartları konuşulmaya başladığı günden bu yana bu sektörün içerisinde yer alıyor. Her yıl birçok yeniliğe imza atmalarına karşın mühendislerin sayısı yok denecek kadar az. Ekibin bu anlamda da ezber bozması oldukça dikkat çekici...

Çoğu işletme mezunu olan ekibin belki de en önemli özelliği, iş deneyimlerinin ortalama 10 yıldan fazla olması. Yine ekibin büyük bir bölümü 10 yıldır bir arada



Serhan Hacısüleyman
*DenizBank Üye İşyeri
İlişkileri Satış ve
Performans Yönetimi
Bölüm Müdürü*



KARTLAR TİCARİ, YÖNETİM ANLAYIŞI BİREYSEL

DenizBank, İşletme Kart'ı 2008 yılından bu yana müşterilerine sunuyor. İşletme Kart da dahil bankanın ticari kartları, 2014 yılının Mayıs ayında kurulan Ticari Kartlar Portföy Yönetimi'nin sorumluluğunda.

Hulusi Arslan, özellikle bireysel kartlara yönelik taksit sınırlamaları sonrası önem kazanan ticari kartlara daha fazla odaklandıklarını, bu alanda penetrasyonu artırmak ve portföyü bireysel kartlarda olduğu gibi yönetmek adına bu yapıyı tercih ettiklerini anlatıyor. Arslan, "Bu doğrultuda yapılandırdığımız Ticari Kartlar Portföy Yönetimi'yle bireyseldeki tüm dinamikleri; yeni müşteri kazanımı, kart kullanımı ve aktivasyonu artırma ve müşteri tutundurmayı maksimum ölçüde sağlama amacıyla KOBİ işkoluna entegre ettik" diyor.

çalışıyor.

Ekipte bireysel kart portföy yönetimi tecrübesi olan arkadaşların da bulunduğunu söyleyen Hulusi Arslan, "Buna kredi ve kredi kartı tahsis deneyimi ile kart ve üye işyeri operasyon deneyimi olan arkadaşlarımızı da dahil ederek daha güçlü, birbirini tamamlayan ve oldukça uyumlu bir ekip ortaya çıkardık" diyor.

Ekibin önemli özelliklerinden biri de dışardan eleman alımının çok az olması. Yani ekibin büyük bölümünün ilk çalışma yeri DenizBank... Hulusi Arslan, uzun süre birlikte çalışmanın yarattığı avantajı şöyle anlatıyor:

"20, hatta 28 yıl birlikte çalıştığımız arkadaşlarımız var. Bu ekibi biz kendi içimizde yarattık. Dışardan çok fazla eleman almıyoruz. Kendi yetiştirdiğimiz ekiple, kendi iş anlayışımızla piyasada üstünlük sağladığımız bazı meziyetlerimiz var. Ekip, yılların getirdiği birikiminin sonucu olarak birbirini çok iyi tamamlıyor. İşin sadece pazarlama ve satış kısmında değil her alanında uzmanlığımızı ortaya koyabiliyoruz." ❌

Ticari Kartlar Portföy Yönetimi Bölüm Müdürü **Seçil Özmen** ve ekibi



Seçil Özmen



Kitap Katalog **Poster** Dergi **Brosür**

Insert Flyer

%100

Müşteri memnuniyetini hedefleyen işgücü, mükemmel organizasyonu ve kalite güvence belgesiyle uluslararası bir baskı merkezi

WEB
OFSET

Deneyim
Geniş müşteri tabanı
Yüksek ve hızlı kapasite
En iyi kalitede, seçkin ve zamanında üretim

BASKI SEKTÖRÜNÜN
BÜYÜK GÜCÜ

Dogan Ofset

YAYINCILIK VE MATBAACILIK A.Ş.

Doğan Medya Tesisleri Sanayi Mahallesi 1650. Sokak No: 2 Esenyurt 34517 İstanbul Türkiye

Tel: 0212 622 19 00 Faks: 0212 622 19 53

www.doganofset.com

Tek çatı altında

22 ödeme sistemi

Kredi kartları, banka kartları, BKM Express, PayPal... iyzico, üyelerine 22 farklı ödeme sistemini tek bir merkezden ve en verimli şekilde yönetme imkanı sunuyor...

iyzico

ESİN GEDİK - egedik@psmmag.com

iyzico, tersine beyin göçünün başarılı örneklerinden biri. Eğitimlerini yurtdışında tamamlayıp iş hayatına da Avrupa'da başlayan Barbaros Özbugutu ve Tahsin Isin, girişimciliklerini ve deneyimlerini Türkiye'ye taşımaya karar verip ödeme sistemlerini tek bir platform altında toplayan iyzico'yu kurmaya karar vermişler. Yaklaşık bir yıl süren fikir alışverişinin ardından 2012 yılında faaliyetine başlayan İyzico, bugün Türkiye'de kullanılan 22 farklı ödeme aracı tek bir platformda birleştirilerek müşterilerine hizmet veriyor...

iyzico'nun kurucu ortağı ve CEO'su Barbaros Özbugutu ile iyzico'nun geldiği noktayı, ödeme sistemleri sektörünü konuştuk...

Önce iyzico'nun kuruluş öyküsünü sizin ağzınızdan dinleyelim isterseniz. Nasıl karar verdiniz?

iyzico'yu ortağım Tahsin Isin ile 2012 yılında İstanbul merkezli olarak kurduk. İkimiz de Avrupa'da eğitim gördük ve ödeme sistemleri alanında önemli şirketlerde üst düzey yöneticiler olarak çeşitli görevler yaptık. Çalıştığımız yerler arasında First Data, Clickand-Buy, Klarna gibi saygın şirketler bulunuyordu. Açıkçası şu anki tecrübemizin önemli bir kısmını da bu global şirketlere borçluyuz. Girişimci yanı ağır basan kişiler olarak ben profesyonel yöneticilik hayatıma devam ederken Tahsin Bey aslında ilk girişimini Almanya'da hayata geçirmiş ve 4-5 yıl gibi kısa zamanda ödeme sistemleri üzerine Almanya'nın ve Avrupa'nın yakından tanıdığı bir isim olmuştu. Her yan yana geldiğimiz yerde konu dönüp doluşup Türkiye'ye geliyor ve tecrübemizi, bilgi birikimimizi ve global ilişkilerimizi bir araya getirerek bir şeyler yapmamız gerektiğini tartışıyorduk. Yine öyle bir gündü ve "Türkiye ödeme sistemleri dünyası bir yönetim platformuna yani iyzico'ya ihtiyaç duyuyor mu" sorusunu sorarak fizibilite çalışmalarımıza başladık. Uzun lafın kısası, bir yılın sonunda şirketimizi 300 bin TL'lik sermayeyle kurduk.

iyzico tam olarak ne yapıyor, hangi hizmetleri veriyor?

iyzico'nun e-ticaret odağında ödeme sistemleri alanında inovatif çözümler sunan bir yaklaşımı benimseyerek sektöründe birçok ilki

Barbaros Özbugutu



başardığını ifade etmek isterim. Her ölçekten e-ticaret firmasına danışmanlık veren ve çözümleriyle profesyonel biçimde hizmet sunuyoruz. Hizmetlerimizi izzicollect ve izziconnect çatısı altında topladık.

izzicollect ile basit anlamda e-ticarete girerken sanal POS ihtiyacı olan ve güvenli bir ödeme altyapısına ihtiyaç duyan şirketlere hızlı ve kritik bir çözüm sunuyoruz.

izziconnect'i ise e-ticaret şirketleri için çok daha büyük ve değerli bir platform olarak tanımlayabiliriz. E-ticaret şirketleri ilk aşamada sahip oldukları ödeme sistemlerini tek bir platform üzerinden verimli ve güvenilir biçimde yönetebiliyor.

Yine bu şirketler; izzico imzasını taşıyan; kredi kartı saklama, tek tıkla ödeme, marketplace, uygulama içi ödeme ve abonelik sistemi gibi yenilikçi ve karlılığı doğrudan etkileyen çözümlere sahip olabiliyor.

Sizi bir ödeme sistemi olarak görenler var, aradaki farkı anlatabilir misiniz?

izzico yalnız bir ödeme sistemi değil elbette. Türkiye'de aralarında kredi kartı, banka kartı, BKM Express ve PayPal da dahil 22 farklı ödeme sistemi kullanılıyor. izzico, bu ödeme sistemlerinin tek bir merkezden verimli biçimde yönetilmesi için geliştirilmiş yenilikçi bir platform. Bu aynı ifade ederken tabii ki izzico'nun sektöre sunduğu ve bir önceki sorunuzda saydığımız önemli çözümleri de unutmamak gerekiyor. izzico'yu ödeme sistemlerini yönettiğiniz güvenli bir platform olarak ele alsanız bile bizce geldiğimiz noktada bu bizi yine tanımlamaya yetmeyecektir. Zira izzico, kurulduğu günden itibaren önemli bir rol üstlendi, ödeme sistemleri sektöründe. Klasik, hantal ve hatta katma değer üretmeyen sistemlerden tamamen farklılaşıyor. E-ticaret şirketlerinin ödeme altyapısı ihtiyaçlarına hızlı çözüm sunan, doğrudan şirketlerin gelirlerini, işlem ve başarılı sepet sayılarını artırmalarını sağlayan katma değerli çözümler dünyasını yarattı. Bunu da Türkiye'nin ve dünyanın en büyük teknoloji ve e-ticaret şirketleriyle geliştirdiği işbirliklerinden net biçimde anlayabilirsiniz.

izzico, 2014 yılını nasıl geçirdi, yeni ürün ve hizmetleriniz neler oldu, ulaştığınız hacim, hizmet verdiğiniz şirket sayısı hakkında bilgi verebilir misiniz?

2014, izzico'nun büyüme hızımızın bir hayli artışı, epey verimli bir yıl oldu. Bir önceki yıla kıyasla aktif üye işyeri bazında yüzde 400 gibi belirgin bir büyüme oranı yakaladık. Aldığımız yatırımlarla birlikte altyapımızı ve insan kaynaklarımızı güçlendirirken,

e-ticaret sektöründe ödeme alanında yenilikçi ve fark yaratan çözümler ortaya koyarak önemli kazanımlar sağladık. izzicollect çatısı altında sunduğumuz özel çözümlerin de ivmesiyle e-ticaret sektöründe önemli bir boşluğu doldurarak 10 bin kayıtlı üye işyerine ulaştık. Her biri kendi özelinde sektör için ilk defa sunulan ve büyük önem taşıyan çok sayıda yenilikçi çözümümüz oldu. Ancak burada izzico Marketplace çözümümüzün altını çizmemizin iyi olacağını düşünüyorum.

Nedir Marketplace, yeni ürününüz mü?

Biliyorsunuz yakın zamanda yürürlüğe giren 6493 no'lu "Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Kanunu" ülkemizde e-ticaret sektörü için çok büyük önem taşıyor. Kanuna göre göre artık satıcı, hizmet verenlerle tüketicileri buluşturan pazaryeri tabanlı e-ticaret siteleri ödeme hizmeti sunamıyor. Pazaryeri bazlı e-ticaret siteleri ödeme alabilmek için ya yatırım yapıp ödeme kuruluşu sertifikası almak ya da lisans sahibi ödeme kuruluşlarından bu hizmeti almak durumunda. Kanunda belirtilen şekillerde ödeme almayan e-ticaret şirketleri için yüklü para cezaları ve yetkili yöneticiler için de hapis cezaları öngörülüyor.

Biz de sektör için hem güvenilir hem de pratik bir çözüm getiriyoruz. Ödeme sistemleri sektörüne liderlik ederek "izzi Marketplace Solution" (izzi Pazaryeri Çözümü) ürünümüzü sunduk. Türkiye'de bir ilk olan Marketplace çözümümüz, e-ticaret kullanıcılarına ve tedarikçilere daha hızlı ve esnek işlem yapabileme imkanı sunuyor. izzi Marketplace ürünümüzü seçenler alternatif ödeme sistemlerini kullanabiliyor; sunduğumuz arayüzün nimetlerinden faydalanabiliyor. Sahip olduğumuz PCI-DSS standartlarıyla da üst düzey bilgi güvenliği sağlıyoruz.

Bu yıl için hedefleriniz, beklentileriniz nedir?

izzico öncelikle büyümeye devam edecek. Geçtiğimiz dönemde önemli bir satın alma yaptık ve Mypat izzico'nun bünyesine katıldı. Agresif ama etik yaklaşımlarla sektörde ses getirecek aksiyonlara imza atmaya sürdüreceğiz. Özetle 2015 yılında Mypat satın alınmasında olduğu gibi ekibimize uluslararası tecrübeye sahip değerli isimleri katmaya özen göstererek, daha da hızlı büyümeye devam edeceğiz. 28 kişilik genç ve dinamik ekibimizi daha da güçlendirerek, bu yıl da aynı ivmeyle büyümemizi sürdürüp ödeme sistemleri sektöründe öncü konumumuzu güçlendirmeyi ve ötesinde sadece ödeme sistemleri altyapısı hizmeti değil; izzico olarak e-ticaret, pazaryeri şirketlerinin iş modellerini geliştiren, daha çok kazanmalarını sağlayan bir yapıda ilerlemeyi hedefliyoruz.

BİLİNÇ VE GÜVEN ARTTIKÇA KULLANIM DA ARTACAK

Türkiye ödeme sistemleri, ürün ve hizmet çeşitliliği açısından oldukça geniş bir portföye sahip. Ancak kullanım oranları istenen seviyede değil. Barbaros Özbugutu'ya bunun nedenlerini ve çözüm için neler yapılması gerektiğini de soruyoruz. Cevabı şöyle: "Türkiye'de 22 çeşit ödeme sistemi var ama hala ilk başvurulan kaynak kredi kartı. Bu sonucu ortaya çıkaran da tüketici alışkanlıkları. E-ticaret sektörünün temel altyapısını 'güven' faktörü

oluşturuyor. Kullanıcılar bu ödeme sistemlerinin çoğundan çekiniyor veya bu sistemleri bilmiyor. Bu konuda yapılması gereken kullanıcıyı bilinçlendirmek. Bu yöntemlerin en az kredi kartı kadar güvenilir olduğunu e-ticaret müşterilerine aktarmak gerekiyor. İlgili sistemleri her fırsatta en ince ayrıntısına kadar anlatmak, tanıtmak gerekiyor. Kısacası müşterileri bu doğrultuda bilinçlendirmek zorunlu hale geliyor."



12 milyondan fazla üyesi var. Ayda yaklaşık 30 milyon kez ziyaret ediliyor. 5 bin kategorideki 10 milyonu aşkın üründen 3 saniyede 1 adet satış yapılıyor. Mobil uygulamaları 2.1 milyonun üzerinde indirildi...

Türkiye'nin en işlek alışveriş merkezi



gittigidiyor





GittiGidiyor, internet girişimciliğinin en başarılı örneklerinden biri. Adı üzerinde bir açık artırma, müzayede sitesi gibi yola çıkmasına karşılık kısa sürede Türkiye'nin en büyük e-ticaret platformlarından biri haline geldi.

Bu başarı bir süre sonra uluslararası düzeyde de ilgi gördü ve Mayıs 2007'de GittiGidiyor'a ortak olan eBay, 4 yıl sonra Mayıs 2011'deki 217.5 milyon dolarlık satın almayla hissesini yüzde 93.5'e çıkararak şirketin neredeyse tamamına sahip oldu.

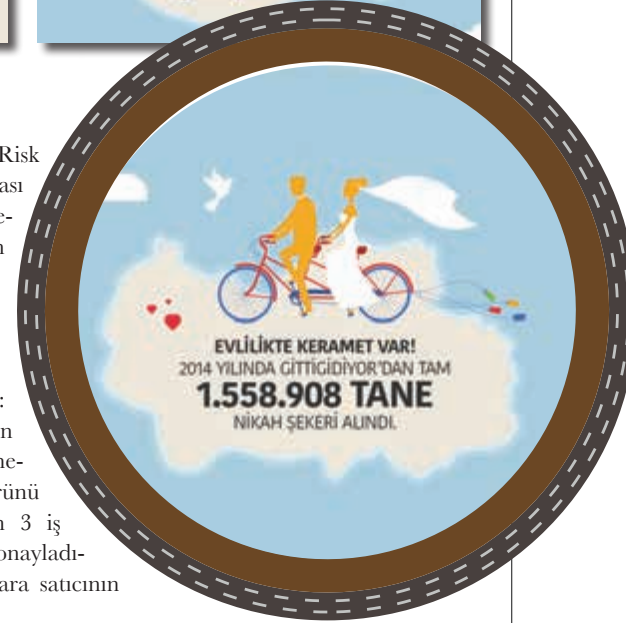
Başarının anahtarı: Sıfır Risk Sistemi

2001 yılında Serkan Borançılı, Burak Divanlıoğlu ve Tolga Kabataş tarafından kurulan GittiGidiyor'un başarısında, kurucular tarafından 1999 yılında bulunan "Sıfır Risk Sistemi"nin rolü tartışılmaz. Malum, e-ticarette güvenlik tüketicinin en önemli beklentisi. Ayrıca üyelik işlemi sırasında alınan bilgilerin tüketicinin isteği dışında kullanılmaması

gerekir.

İşte GittiGidiyor'un Sıfır Risk Sistemi, ödemenin ilk aşaması olan kart bilgilerinin girilmesinden satın alınan ürünün belirtilen özellikleri birebir karşılmasına kadar uçtan uca tüm güvenliği sunuyor üyelerine. Bu süreci kısaca şöyle özetlemek mümkün: Alıcı ürünü satın alır, ürün bedeli GittiGidiyor havuz hesabına aktarılır. Alıcının ürünü teslim alıp onaylamak için 3 iş günü süresi vardır. Ürünü onaylandığında havuz hesabındaki para satıcının hesabına aktarılır...

GittiGidiyor'un güven ve güvenlikten sorumlu yöne-



GONGLAR SOSYAL SORUMLULUK İÇİN ÇALIYOR!

GittiGidiyor, sosyal sorumluluk projelerine özel önem veriyor. Şimdiye kadar UNICEF'ten 'Düşler Akademisi'ne pek çok sosyal yardım kuruluşu adına açık artırma kampanyaları düzenlenmiş. GittiGidiyor, satılan ürünlerden elde edilen geliri, sosyal sorumluluk projelerine bağışlamış. Bunlar arasında ünlülerin özel eşyalarından kendi tasarladıkları kulaklıklara kadar pek çok özel ürün var.

Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı'yla da işbirliği yapan GittiGidiyor, kadınların yaptığı el emeği ürünleri

kendi dükkanlarında listeleme ücreti ödmeden satmalarını sağlıyor.

İsteyen herkes, GittiGidiyor'da alışveriş yaparken aynı zamanda sosyal sorumluluk projelerine katkıda bulunabiliyor. Örneğin, UNICEF'in dükkanından ürün olarak destek olabiliyorsunuz. Ayrıca her ay kurum içinde gönüllü aktiviteleri düzenleniyor. Fidan dikme, kan bağıışı, kimsesiz çocuklar ve gazilerle aktiviteler, barınak yardımı ve ziyaretleri gibi her ay belirlenen alanlarda çalışmalar yürütülüyor.



Faruk Balmumcu

ticisi Müdürü Faruk Balmumcu, "Sıfır Risk Sistemi altında tüketiciye ürünü internette de 'dokunarak', deneyerek satın alma imkanı veriyor" diyor.

Ödemelerin yüzde 90'ı kredi kartıyla

Balmumcu, GittiGidiyor'da ödemelerin yüzde 90'dan fazlasının kredi kartlarıyla yapıldığını anlatıyor. Küçük bir oranla PayPal ve banka kartları da ödemelerde tercih ediliyor. Alıcının da satıcının da GittiGidiyor müşterisi olduğu sistemde; şirketten şirkete, şirketten tüketiciye ve tüketiciden tüketiciye satış yapılabilir. Yani siz de sisteme üye olarak yeni ya da ikinci el bir ürününüzü satışa sunabiliyorsunuz. Balmumcu, yurtdışından getirdiğiniz bir ürünü Türkiye'de bireysel olarak satabileceğinizi belirtiyor. Yani sanal üye işyerlerinin yanı sıra bireyler de tıpkı Sahibinden.com ve diğer platformlarda olduğu gibi GittiGidiyor'da kendi ürününü satabiliyor.

RAKAMLARLA eBAY

- ➔ eBay Inc. şirketleri dünya çapında 1000'den fazla şehirde yer alıyor.
- ➔ 35 binden fazla çalışanı olan grubun 2014 geliri, yıldan yıla yüzde 24 artışla 255 milyar dolara ulaştı.
- ➔ eBay'de 155 milyon aktif üye ve 800 milyondan fazla ürün mevcut.
- ➔ Mobil uygulamalarının toplam indirilme sayısı 305 milyonu geçen eBay'in mobil ticaret hacminin toplam hacimdeki payı yüzde 21'i buldu. Yine yıldan yıla yüzde 66 büyümeye 2014 yılı toplam satış hacmi ise 53.9 milyar dolara ulaştı.

RAKAMLARLA GİTTİGİDİYOR

- ➔ 150'nin üzerinde çalışanı olan GittiGidiyor, eBay'in Avrupa bölgesine bağlı olarak faaliyet gösteriyor.
- ➔ 12 milyon üyeye ulaşan GittiGidiyor'un 2014 yılı itibarıyla aylık ziyaret sayısı 27 milyon, ortalama tekil ziyaretçi sayısı ise 13 milyonu buldu.
- ➔ GittiGidiyor'da 5 bin kategoride 10 milyonu aşkın ürün mevcut ve her 3 saniyede bunlardan 1 adet satılıyor.
- ➔ GittiGidiyor mobil uygulamalarının indirilme sayısı 2.1 milyonu aşmış durumda.
- ➔ En fazla büyüme yaşanan kategoriler 'beyaz eşya ve küçük ev aletleri', 'evcil hayvan ürünleri', 'kozmetik ve kişisel bakım', 'ofis, kırtasiye', 'ses ve görüntü sistemleri' şeklinde sıralanıyor. 2014 yılında bu kategorilerde yüzde 75 ile 120 arasında büyüme kaydedildi.

Profilin düşükse satış şansın yok!

GittiGidiyor'da satıcılar için hizmetin her aşamasında bir profil oluşturuluyor. Ürünün hazırlanması, kargoya verilmesi, kargonun tüketiciye ulaşma süresi, ürünün orijinalliği, kalitesi... Faruk Balmumcu, "Profilini doğru oluşturamadığınız takdirde sistemin başarılı olması zor. Tüketici, müşteri yorumları satıcı tercihinde çok önemli ve etkili oluyor" diyor.

Peki bu kadar çok işlemin yapıldığı bir sistemde sahtekarlık (fraud) oranı ne kadar dersiniz? Balmumcu, Türkiye geneli için on binde 12 civarında bir fraud oranının kabul edilebilir düzey olarak belirlendiğini söylüyor. GittiGidiyor için bu oranın daha düşük bir düzeyde olduğunu belirten Balmumcu, "Bazı kartlı işlemlerde 3D (üç boyutlu) güvenliği zorunlu tutuyoruz. Güvenlik konusunda milyon dolarlarla ifade edilebilecek teknoloji ve yazılım altyapımız" var diyor.

GittiGidiyor, son dönemde çok hızlı büyüyen sanal oyun pazarında da oldukça etkin. Faruk Balmumcu, GittiGidiyor'un kendi deneyimleri ve eBay'in global gücü sayesinde, ortada fiziksel bir ürün olmadığı için hırsızlıkların sıkça yaşanabileceği bu alanda da güvenli alışveriş imkanı sunduklarını vurguluyor. Balmumcu, önümüzdeki dönemde sanal oyun satışlarının cirodaki payının daha da artacağını öngörüyor.

DÜNYANIN EN YÜKSEK AKADEMİSİ.

Geleceğin etik değerlere sahip
genç liderlerini yetiştiriyoruz.
Etik ve iş ahlakı konularında
vizyonunu artırmak istiyorsan
sen de bize katıl.

10

MOBİL ÖDEME DEVİNİN KARNESİ

HÜSNİYE GÜNGÖR - hgungor@psmmag.com



Google ödemeler dünyasında kendine bir yol açabilecek mi? Samsung, LoopPay ile Apple karşısında rekabet üstünlüğü kazanabilecek mi? Bu işlere girişmeden önce PayPal gibi alternatif oyunculara oturmuş bir müşteri kitlesi oluşturmak için 15 yıl gibi bir süre veren Visa ve MasterCard mobil alanda ne yapacak? MCX'in varlık sebebi ortadan mı kalkıyor? Starbucks müşterilerine kahve harcamaları için dijital cüzdan kullanma alışkanlığını nasıl edindirdi? 800 milyon Çinli tüketici Alipay hesaplarını başka nerelerde kullanacak? Online perakendeciler Amazon'dan neden çekiniyor? Apple Pay ödeme sistemlerinin en başarılı işinin altından nasıl kalktı? Softcard'ın terör örgütü İŞİD ile imtihanı...

İşte mobil ödemeler dünyasındaki en büyük 10 dünya markasının bugünü ve akıbeti üzerine uzman değerlendirmeleri...

GOOGLE WALLET

Google Wallet ile ilgili son haberler şirketin mobil operatörlerle işbirliğini artırarak cüzdan çözümünü yeniden hareketlendirmek istediğine işaret ediyor. Bu strateji Softcard/Isis'in mobil cüzdanının daha fazla kişiye ulaşmak için mobil operatörlerle yaptığı işbirliğini taklit etmek. Ya da eğer şirketin Google Wallet'a 50 milyon dolarlık satışı kesinse muhtemelen Softcard iş modeli, operatör ilişkileri, patent portföyü de Google tarafından kullanılacak...

Elbette Google Wallet yıllardır ayaklarını yerden kesmek için mücadele veriyor. Önce Google Checkout, daha sonra Google Wallet versiyonlarının her ikisi de NFC, telefon ve ağ duvarlarına çarptı.

Google için bir satın alma kaçınılmaz...

Google'in mobil ödemeler alanında karşılaştığı zorluklardan ötesi de var. Piyasa değeri ve itibarını veri üzerine kurduğu için iş yaptığı şirketler bu bilgilerin kendilerine karşı kullanılıp kullanılmayacağına dair güvensizlik duyuyor. Diğer yandan, kritik tüketici yoğunluğu ve dolayısıyla güçlü ve uygulanabilir olmak için gerekli iş dünyası ilgisini sağlamak için Android ekosistemi üzerinde bir kontrolü bulunmuyor. Google Now, tercihlerle ilişkili "kartlar", online perakendeciler, hizmetler ve konularla ilgili bilgiler ticaret dünyasının ve Google'ın cüzdan tutkusunun arka kapısı sayılacak. Görünen yüzü olarak büyük bir oyuncuyu satın almadığı sürece Google için ödemeler dünyasında bir yol görünmüyor.

SAMSUNG/LOOPPAY



Samsung, LoopPay'i Android ekosisteminin Apple Pay'i olmak, böylelikle Apple ile genel rekabetini güçlendirmek için satın aldı. Samsung, Apple karşısındaki pazar payındaki keskin düşüş ve yeni işletim sisteminin sert duvara çarpmış görüntüsü nedeniyle geçtiğimiz aylardaki kötü haberlerden payına düşeni aldı. Büyükçe ekranları sayesinde ve Android telefonların dominant payıyla durduğu zirveden Apple'ın büyük ekran versiyonlarını lanse etmesiyle ve Çinli telefon üreticilerinin pazara daha ucuz telefonlarla girmeleriyle aşağı kayıyor.

LoopPay'in başarısı perakendecilerin tavrına bağlı

Android ekosisteminde tutunmak -ki bu da kendine ait alternatif işletim sistemini (Tizen) piyasaya sürme konusunda ısrarcı olduğu sürece daha da zorlaşıyor. Samsung'un ezeli rakibi Apple'ın tadını çıkardığı marka bağlılığının uzağında olması sebebiyle kendi adıyla çıkardığı bir cüzdanla müşteri kazanması da zor görünüyor.

VISA CHECKOUT



Visa Checkout, Visa'nın dijital ödemeleri uygulama (app) ve tarayıcı aracılığıyla mümkün sunduğu bir çözüm. Visa geçtiğimiz haftalarda 2015 sonuna kadar 16 ülkede daha olacağını açıkladı. Yine Visa'dan gelen kurumsal açıklamaya göre bu 3 milyon müşterinin yüzde 75'i aktif Visa Checkout kullanıcısı. Sürekli

müşteriler 16 kat artarken online perakendeciler, Checkout kullanıcılarının yüzde 40'ının kendileri için yeni müşteriler olduğunu söylüyor.

Giydirilmiş yarış arabaları gibi...

Gerek Visa gerekse MasterCard, PayPal gibi alternatif oyunculara dijital hesapları olan ve online olarak bunu kullanan yerleşik bir tüketici tabanı oluşturmaları için 15 yıl süre tanımış oldu. Bugün online perakendecilerin 'check out' sayfaları, üzeri logolarla giydirilmiş yarış arabalarına benziyor. O kadar çok check out alternatifi var ki müşterinin şu ana kadar denemediği ve başarılı bir şekilde kullanmadığı seçeneklerden birini seçme sebebi giderek azalıyor. Diğer yandan gerçek mücadele alanı uygulamalara ve en sorunsuz uygulamalar üzerinden ödeme hizmeti sunabilen ve tüketicilere bu alışkanlığı kazandıracak sayıda uygulamada olabilen çözümlere doğru kayacak. Ve orada, Visa'nın olanak tanıdığı ve teşvik ettiği rakibi Apple Pay var.

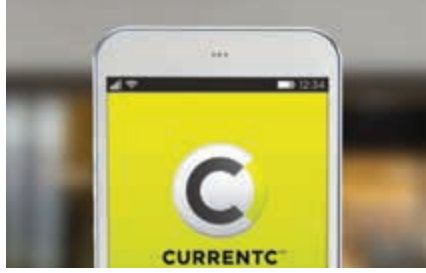
MCX

4

MCX kış uykusundan uyanarak geçtiğimiz haftalarda Dallas'ta bir toplantıda boy gösterdi. Ne konuşulduğuyla ilgili resmi bir açıklama gelmedi ama toplantı gündemine göre "mobil ödemelerin bugünkü durumu, bunun farklı sektörler ve ülke çapındaki ticaret noktalarını nasıl etkileyeceği" konuşuldu. MCX en son bir açıklamada yaptığı konu Apple Pay'in lansmanı ardından gelen halkla ilişkiler faciası ve online satış noktalarının bir kısmının NFC'yi uygulamadan çıkarma kararını almıştı. Ve görünüm o ki o gün o toplantıda konuşulanlar "Evet, bir gün çok iyi bir aracımız olacak ve buna bankaları da dahil edecek" tadında aynı asılsız isteklerden öteye geçemedi. Bu kedi fare oyunu artık biraz bıkırdı gibi...

MCX ince bir buz tabakası üzerinde

Gerek işte ya da politikada, gerekse toplumsal hayatta koalisyonların bir çoğu doğal olarak ortaya



çıkıtları gün kaybetmeye mahkumdur. Her bir tarafın bu koalisyonun en iyi faydayı alma mücadelesi neredeyse imkansız. Ve genelde bir ya da iki oyuncunun gücü ve ilgi alanı koalisyonun gideceği yönü domine etmeye başlar. Bir mobil ödemeler satış noktası koalisyonu olan MCX de farklı değil. Ve sonuç olarak mobil ödemeler planını ateşlemek için iki şans var: İnce ve daha ince. Ortada dolaşan söylentilere

göre MCX'in 'demirbaş bileşenlerinden' biri ayrılmaya hazır ve diğerlerinin de aynısını yapacağı söyleniyor. Bundan da öte, geçen yıl MCX CEO'su Dekkers Davidson'ın da belirttiği üzere bu baharda, kontrat yenileme dönemi geldiğinde abonelik kontratlarındaki ayrıcalıklı provizyonları rahatlatacaklar. Ki bu da Apple Pay, PayPal gibi daha tüketici dostu planların rekabetine kapılan açmak anlamına geliyor. Ve PayPal ya da Apple Pay ya da her ikisi bir kere kendi uygulamalarında özel marka kartlara izin verdiği an MCX'in varlık sebebi ortada kalkacaktır.



5

PayPal

İronik bir şekilde sadece 15 yıllık geçmişiyle PayPal şimdiden ödemeler dünyasının büyükbabası durumunda. Bugün yaklaşık olarak 180 milyon kullanıcı mobil cihazlar aracılığıyla PayPal'ın hacminin yüzde 20'sini oluşturuyor. Şirketin yeni başkanı Dan Schulman güvenilir bir finansal hizmet sağlayıcı ve satış kanalı ortağı olarak PayPal'ın pozisyonunu ikiye katlıyor; kapsamını online ve offline POS kabulünden öteye taşıyarak genişletiyor. Yıllar içerisinde eBay'in gerçekleştirdiği satın almalar PayPal'ın kredi (Bill Me Later), yazılım geliştirici, entegre ödemeler (Braintree), veri (Iron Pearl), dinamik fiyatlandırma (Decide.com) gibi deneyimleri inşa etmesine yardımcı oldu.

"Daha bir şey görmediniz"

Birçokları tarafından bu alanda iyi bir avantaj olacağı düşünülen alan Apple ve Apple Pay'e bırakılmış oldu. PayPal ise "daha bir şey görmediniz" diyor ve ekosistemler arası, işletim sistemleri arası, kanallar arası, bulut tabanlı, teknoloji agnostik, çözüm ve 180 milyonluk tüketici tabanıyla hiçbir diğer oyuncuda olmayan avantajlara sahip. En büyük joker hamlesi PayPal'ın bu varlıklarını önümüzdeki 2-3 yıl içinde nasıl kullanacağı ve online perakendeciler ile tüketicileri gönülden bağlayacak işbirlikleri geliştirmesine bağlı.

Softcard ile ilgili en son haber 2 ay kadar önce 60 kadar kişinin açığa alındığı ve yakında gerçekleşmesi beklenen satın alma yüzünden işsiz kalanlarla ilgiliydi. O zamandan, bir anlamda da kurulduğu 2010'dan bu yana sular durgun ve bir haber akışı yok. 26 eyalette 800 şubeye hizmet veren Jamba Juice restoran zinciriyle ilgili bir tanıtım ve ISIS halkla ilişkiler faciısından sonra markanın yeniden isimlendirmesi çalışmaları gelmişti.

Kötü bir halkla ilişkiler yönetimi

ISIS (İŞİD'in İngilizcesi) kelimesinin, aynı adı kullanan terörist grup ortaya çıkmadan önce tek bir anlamı vardı; o da Mısır Bereket Tanrıçası anlamına geliyordu. Aslında kötü yürütülen iyi bir fikirdi. Softcard/ISIS NFC teknolojisine, Secure Element stratejisine saplanıp kalmış olması, ödeme sürecinin tam ortasında bir aracının mobil operatörü aradığı kısıtlı ödeme seçenekleri sunması ve tüketiciler ve online perakendeciler için çok fazla anlaşmazlık konusu yaratması bir yana Apple Pay ile Samsung Pay'in bir araya gelmiş hali gibi yönetilebilirdi. Değerinin anlaşılması için 2020'yi beklemleri gerekecek ki bu da onlara 1 milyar dolara mal olacak.

6

Softcard



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



**FİNANS SEKTÖRÜNÜN
İNTERNETTEKİ BULUŞMA ADRESİ**

7

Starbucks



Starbucks günümüzde kullanılan en başarılı mağaza içi mobil ödeme örneği. 2009'daki lansmanın ardından 13 milyon tüketici uygulamayı indirdi. Bu tüketiciler haftada 7 milyon işlem yapıyor ve bu da Starbucks mağazalarındaki arzun yüzde 16'sına denk geliyor. Starbucks'ın mobil ödemeler sistemi QR kodlarıyla ödeme deneyimini desteklemek için ön ödemeli kart kullanıyor.

20 bin nokta, yüzde 38 pazar payı

Starbucks kesinlikle tüketicilerine kahve harcamaları için dijital cüzdanlarını kullanma alışkanlığı edindirdi. Bu başarının bir kısmı Starbucks müşterilerinin günde en az bir kere mağazaya uğrama alışkanlıklarını ve ödeme deneyimine sadakatini entegre olmasıyla ilgili. Starbucks, dijital ödeme yönteminin 20 bin noktada kabulüyle yüzde 38'lik pazar payı da göz önüne alındığında kahve pazarının her yerinde olmayı başardı. Coğrafi yoğunluğu ve diğer ana cadde mağazalara olan yakınlığı, Starbucks'ın mobil ödeme hesaplarını ana caddeler ve havalimanları gibi civardaki diğer işyerlerinde de kullanabilecek güçlü bir aday haline getiriyor.

8

Alipay



Alipay, yaklaşık 800 milyon dijital hesaba sahip. Bunların 300 milyondan fazlasını da mobil hesaplar oluşturuyor. Çinli tüketiciler, kendilerine sunduğu birçok kullanım alanı da göz önüne alındığında Alipay'ı finansal hayatlarının merkezi olarak görüyor. Alipay'ın sahibi olan ana şirket

Ant Financial, 2016'da 30 milyar dolar bedelle halka arz edilmeye hazırlanıyor.

Online alışveriş siteleri Alipay için kuyrukta

Hepsi internet ulaşılabilir mobil cihazlarla donatılmış Çinli tüketiciler, bu cihazlarını internette alışveriş yapmak için kullanıyor. Sonuç olarak Alipay'ın Alipay kabul eden sitelerde yapılan ve giderek artan muazzam harcamayı yönlendirme potansiyeli bulunuyor ve şu anda Çin dışında da birçok online alışveriş noktasında Alipay'ı ödeme metodu olarak kabul etme telaşı var.

Alipay çoğunun Visa ya da MasterCard logosu kredi kartı olmadığı Çinli tüketicilere dünyanın herhangi bir yerinden alışveriş yapma fırsatını sunuyor. Örneğin Alibaba'dan 200 milyon dolarlık yatırım kazanan ShopRunner, Amerikalı perakendecilerin markalarıyla dolu alışveriş sitesinde Alipay'ı ödeme yöntemi olarak kabul ederek bu markaları yeni müşterilerle buluşturuyor.

Amazon

Amazon 1995'te kurulduğunda, herkesin hemen taklit ettiği bir 'klik' ile check out yapabildiğiniz bir ödeme standardıyla birlikte lanse edilmişti. Bu da Amazon'u internette satın alacak şeyler bakan 240 milyon kullanıcısıyla 29 milyar dolar değerinde bir şirkete dönüştürdü. 10 yıl önce de Amazon Prime adı altında abonelik sistemiyle dağıtım hizmeti başlatıldı. Sadece geçen yıl online abonelik ücretinde zam yapılmasına rağmen abone sayısında yüzde 53 artış gözlemlendi. Amazon Prime abone sayısının 40 milyondan 50 milyona yükseldiği varsayılıyor ki bu segment diğer abonelerin 3 katı kadar harcama yapıyor. Amazon bir anlamda başarısız bir şekilde Amazon dışındaki ödemeler dünyasına da el attı.

Müşteri satıcıyı bırakıp tedarikçiye yönelirse...

Amazon'un da tıpkı Google gibi online perakendecilerle ilgili bir sorunu var: Online perakendeciler ondan korkuyor. Amazon'da satılan her ürünün yüzde 50'sinin (2 milyar adet satışın 1 milyar adedi) üçüncü partilerce satıldığı gerçeğine rağmen yeni satıcıların sayısı aynı kaldı. Amazon dağıtım açısından müthiş bir fırsat sunuyor ama bu, satıcıyı Amazon'un oldukça sofistike veri madenciliği kapasitesine maruz bırakıyor. Ki bazılarının belirttiğine göre bu kapasite, bazı ürünlere talep artışı gördüklerinde direkt olarak satıcıların tedarikçilerine giderek satıcıyı aradan çıkarıyor. Bu da ödeme sistemini kendi ekosistemi dışında büyütme tasarlayan Amazon adına bir muamma yaratıyor ve Amazon'un en iyi stratejisinin restoran, seyahat gibi hizmetlere yaymak için markasını (ve onu düzenli olarak kullanan 240 milyon tüketici tarafından yaratılan alışkanlığı) kaldırarak kullanması olduğunu akla getiriyor.

9



Apple Pay, çıkışıyla mağazalarındaki temassız ödemelerin iki katına çıktığını iddia eden Whole Foods ve Walgreens gibi perakendecilerle yine aynı sebepten uygulama içindeki konuşmaların patladığını söyleyen Staples tarafından sevgi seliyle karşılandı. Ateşli NFC taraftarları, bu teknoloji devinin kendi teknoloji platformlarını adapte etmek suretiyle sisteme hayat ve meşruluk vererek sonunda kendilerini ciddiye aldığı, bir nevi aklarındıklarını hissetti.

Ya Apple bu işten sıkılırsa?

Apple Pay, ödeme sistemlerinin en başarılı işinin altından kalktı. Dünyanın en güçlü ve kârlı şirketi, kart üreticilerinin işlem başına 15 baz puan ödeyerek ödeme planına parasal destek yapmalarını sağladı. Kart sağlayıcılar ve ağlar, maliyetin büyük kısmını ödemeyi üstlenerek kendi markalarını Apple Pay karşısında ikincil durumda bırakıp Apple'm online perakendeci ile tüketici arasında durmasında bir sakınca görmediler. Bu işleyiş Apple Pay'ı NFC'ye ve EMV geçişiyle ilgili ABD'de devam eden terminal sayısını artırmaya, böylece online perakendeci terminallerinin uygunluğuna ve iPhone 6 ve üstü modeller kullanan tüketicilere sıkı sıkı bağlıyor. Gerek tüketici gerekse online perakendeci tarafındaki donanım baskıları Apple Pay'ın bulut tabanlı, ekosistemler ve işletim sistemleri ötesi bir oyuncu olmasını ve terminallerle check out yollarından vazgeçerek bulut tabanlı offline ödeme işlemlere giden online perakendeci stratejisinde patlama yapmasını riske atıyor. Ancak şu anda Apple Pay online perakendecilerin genelinde bulunmadığı ve sadece ödemelerle ilgili olduğu için Apple adına en büyük soru, tüketicilerin mobil ödeme alışkanlığı açısından yeterli olup olmayacağı. Diğer yandan, Apple'm tüm bu ödeme süreçlerinin çalışma prensibini gördükten sonra sıkılarak daha heyecanlı bir şeyler arayıp aramayacağı da merak konusu.

10

Apple Pay

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, sektörel 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 faksa ya da Cumhuriyet Cad. No:181 Efser Han Kat:8 Harbiye - Şişli / İstanbul adresine gönderiniz.



ÖDEME OSCAR'LARI

Ödeme sistemleri için yenilik yaratan fikir, proje ve ürünlere verilen PYMNTS Innovator Awards sahiplerini buldu. İşte POS'tan nakde, çekten ön ödemeli kartlara birçok kategoride ödül alan şirketler ve ödemeler dünyasına getirdikleri yenilikler...

Sinema dünyasının ardından ödemeler dünyasının Oscar'ları da sahiplerini buldu. 2013'ten bu yana PYMNTS.com tarafından organize edilen Ödeme Sistemleri Yenilikçilik Ödülleri (PYMNTS Innovator Awards) kazananları 19 Mart 2015 tarihinde Massachusetts, Cambridge'de düzenlenen bir törenle açıklandı.

"Innovation Project" kapsamında organize edilen ödüllerin amacı; "ödeme sistemlerinin mobil, sosyal ağ, yazılım, reklam, perakende, iş dünyası ve araştırmadan oluşan dinamik ekosistemlerde gerçekleştirilen inovasyon ortamında yaşam bulmasını sağlamak" şeklinde özetleniyor.

Etkinlik kapsamında, global ödemeler dünyasının ilham kaynağı isimleriyle üst düzey yöneticileri aynı çatı altında bir araya gelerek inovasyonu önümüzdeki yıllarda şekillendirecek tartışmalar, açık oturumlar ve yaratıcı konuşmalar yaptılar. Sektörü şekillendiren bu yaratıcı fikirlere verilen ödüllere de ödemeler sektörü için yaptıkları işte en iyi olan şirketlere saygı gösterilmiş oldu.

"Başarılı inovasyon on yıllarca yaşayabilir"

Video bağlantısıyla ödül törenine katılan Verifone CEO'su Paul Galant, yenilikçi şirketler işlerin yapılageliş kalıplarını kırmak için çalıştığı sürece 2015'in ödemeler için oldukça önemli bir yıl olacağını söyledi. Ödemeler dünyasının geldiği noktada inovasyonun ön plana çıktığını kaydeden Galant, "Önümüzdeki dönemde son 10 yıl içinde yaşanan gelişmelerin çok daha fazlasına şahit olacağız. Güvenlik çerçevesinden bakarsak siber

suçlarla, sahtekarlıkla mücadele yolunda inovatif çözümler dikkat çekiyor. Bu da güvenlik açığı olan şirketlerin manşetlere çıkmasının önünü kesmek anlamına geliyor. Sektörün online perakendeciler ile tüketicilere sorunsuz bir deneyim yaşatmasını desteklemek için en iyi veriyi kullanması anlamına geliyor. POS terminallerinin bu uzun ömrü de bize bir inovasyonun on yıllarca hayatta kalabileceğini gösterdi. İnovasyonun herkes için farklı bir anlamı olabilir. Bizim için anlamı ise müşterilerimizin başarılı olmasına yardım etmek" dedi.

Apple Pay'e katalizör ödülü

Ödeme sistemlerinin önde gelen yönetici ve liderlerine özel ödülleri verildiği etkinlikte, Prestijli Katalizör Ödülü'ne ise Apple sahip oldu. Bu ödül, inovasyonu en gerçek haliyle ruhunda yaşatan, ticaretteki paydaşlar arasındaki anlaşmazlıkları en aza indirerek değer ve tutku yaratan şirketlere veriliyor. Market Platform Dynamics (MPD) CEO'su Karen Webster, törende bu ödülle ilgili şu değerlendirmeyi yaptı:

"Apple, Apple Pay ile bir yol haritası çizdi. Bazıları takip edecek, bazıları ise kendi yol haritalarını çezecektir. Apple'm kesinlikle başardığı şeyse mobil ödemeleri online perakendeciler ve tüketiciler için gerçeğe dönüştürme konusunda sektörün ne kadar ciddi olduğunu göstermek adına katalizör görevi üstlenmesi oldu.

" 2015 PYMNTS Ödülleri'nin "En Yenilikçi Şirket" kategorisinde de altın madalyayı Apple aldı. Network Tokenization gümüş, LoopPay ise bonz madalyaya hak kazandı...

Kazananların tam listesi için: http://www.pymnts.com/in-depth/2015/innovation-project-best-in-show-payments-style/#.VRW50_msVe8




DÜNYANIN EN YENİLİKÇİ 10 ÖDEME ŞİRKETİ

Pii360 (Payments Innovation Index - Ödeme İnovasyonu Endeksi), Market Platform Dynamics (MPD) tarafından; inovasyon, araştırma metodolojisi, ekonomi, Ar-Ge ve patent değerlendirme alanında uzman akademisyenlerle birlikte belirleniyor. Sıralamada, 100'ün üzerinde şirketin, 10 farklı alanda inovasyon geliştirmek için yaptığı çalışmalar, inovasyona entegre olma ve bunları uygulamaya sokma konusundaki başarıları kriter alınıyor.

- ▶ Apple
- ▶ Visa
- ▶ Amazon
- ▶ Facebook
- ▶ MasterCard
- ▶ American Express
- ▶ PayPal
- ▶ Google
- ▶ Alibaba
- ▶ VeriFone




EN İYİ POS İNOVASYONU

 FIRST DATA (CLOVER MOBILE)	<p>küçük ve orta ölçekli şirketler için en geniş kapsamlı ödeme türlerini kabul eden bulut tabanlı bir iş yönetim sistemi geliştirdi.</p>	 BLUEFIN	<p>mPOS'lar ile geleneksel POS cihazlarını kötü niyetli yazılımlardan koruyan, müşterilerini ve markasını koruyan PCI onaylı P2PE geliştirdi.</p>	 POYNT	<p>POS cihazı ile tableti birleştiren bu şık mobil ödeme terminali, işletme sahiplerinin bilgisayar ihtiyacını da karşılıyor.</p>
--	---	---	---	--	---

EN İYİ B2B İNOVASYONU

 ARIBAPAY	<p>Ürün ve hizmet satın almada tamamen entegre, bulut tabanlı ancak sadece Arıba ağında olan bir çözüm üretti.</p>	 PAYONEER	<p>Sınır ötesi ödeme platformuyla işleri, profesyonelleri, ülkeleri ve kurları birbirine bağladı.</p>	 BILLTRUST	<p>Hem B2B hem de B2C pazarları arasındaki Kuzey Amerikalı şirketler için otomatik faturadan nakde çözümler sağladı.</p>
--	--	--	---	---	--

EN YENİLİKÇİ ŞİRKET

 CLEAR2PAY	<p>Güvenli, yerinde ve kolaylaştırılmış ödeme süreçleri sunuyor.</p>	 CLEARXCHANGE	<p>İşyerleri ve kamu kurumlarının çekten dijital para ödeme yöntemine dönmelerini sağlıyor. Ödemelerin doğrudan tüketicinin banka hesabına yatırılmasını sağlıyor.</p>	 MINT BILLS	<p>Faturalar ve kolay fatura ödeme için tek bir basit ama organize alan sağlıyor.</p>
---	--	--	--	---	---

EN İYİ KOBİ İNOVASYONU

 ONDECK	<p>Kişisel kredi skorunuza değil işinizin sağlığına odaklanan OnDeck Score teknolojisini kullanarak küçük şirketler için kredi sağlıyor.</p>	 FRESHBOOK & FUNDBOX	<p>Bulut muhasebe yazılım şirketi FreshBook ile ödenmemiş faturaları nakde çeviren online platform Fundbox, küçük ölçekli şirketlerin ödenmemiş faturalar üzerinden para ödünç almasını sağlıyor.</p>	 PAYSIMPLE	<p>KOBİ'ler için ticari hesaplar, mobil ödeme, elektronik ödeme ve ABD'de finansal işlemler için elektronik bir platform olan ACH (Automated Clearing House) işlem hizmetleri sağlıyor.</p>
--	--	---	---	---	---



Eraj Şener - Bergisener
Metamorfoz ICT Inc.



Mobil teknolojilerin gelişimi ve hayatımızın her alanında yer almaya başlaması, mobil iletişimin geleceği konusundaki tartışmaları sürekli olarak ilk sırada tutuyor. Mobil iletişim devrimi, milyarlarca insanı internete bağlayarak ve günlük hayatımızda kullandığımız her cihazı mobilleştirerek dünyanın en büyük teknoloji dönüşümünü tetikliyor. Giyilebilir cihazlardan akıllı ev ve arabalara; mobil ödemelerden her ilgi alanına yönelik uygulamalara kadar mobil teknolojiler dünya çapında inovasyonun temelini oluşturuyor.

Her yıl GSMA (Dünya GSM Birliği) tarafından düzenlenen ve dünyanın en büyük mobil teknolojiler etkinliği olan Mobil Dünya Kongresi (Mobile World Congress - MWC) bu yıl 2-5 Mart tarihlerinde, 10'uncu kez Barcelona'nın ev sahipliğinde gerçekleşti. Tam anlamıyla mobil dünyanın kalbinin attığı ve mobil dönüşüme etkisi olan her oyuncunun yer aldığı etkinlikteki izlenimlerimi siz değerli PSM okurları için derlemeye çalıştım...

MOBİL DÜNYA KONGRESİ'15

Barcelona'dan

gözlemler

izlenimler



200 ÜLKEDEN 95 BİNDEN FAZLA KATILIMCI...

MWC'ye son 5 yıldır düzenli olarak katılıyorum. Her yıl tartışılan konuları, bu konuların değişimini (ya da bazılarının sürekli aynı kalmasını), mobil trendlerin sektörlere etkilerini, çok büyük beklentilerle lanse edilen teknolojilerin ve servislerin yok oluşlarını, bir bölümünün ise yaşamımızı nasıl ciddi biçimde değiştirdiğini ve bunların sebeplerini gözlemlemeye çalışıyorum.

İlk katıldığımda 56 bin ziyaretçiyle rekor kıran MWC'ye ilgi, dünyada düzenli olarak gerçekleşen pek çok kongre ya da etkinliğin önemini kaybetmesine ya da tamamen tarihe karışmasına nispet edercesine, artarak devam ediyor. Bu yıl yeni bir rekor kırarak 200 ülkeden 95 binden fazla katılımcıyla gerçekleşen MWC; mobil teknolojilerin hayatımızı ve dünyamızı önemli ölçüde değiştirdiğini ve insanların da bu alana yönelik sürekli bir beklenti içerisinde olduklarını kanıtıyor.

Etkinlik kapsamında son tüketiciye yönelik ürün ve servisler katılımcı firma standlarında sergilenirken; her kesimden mobil dünyaya yön veren ve sektörün önde gelen kişileri önümüzdeki yıllarda mobil dünyayı şekillendirecek yeni trendleri ve standartları belirlemek üzere görüş alışverişinde bulunuyor.

Kongreye katılım, genellikle şirketlerin C level olarak adlandırıldığı üst yönetimleri nezdinde; Google, Facebook, PayPal gibi OTT'lerden (over the top player); MasterCard, Visa gibi ödeme otoritelerine; Samsung, Sony, Huawei, ZTE, HTC gibi OEM'lerden (orijinal ekipman üreticileri) her ülkeden start-up'lara kadar katılımcıları içeren çok geniş bir spektrumda gerçekleşiyor.

Bu etkinlik, dünyanın farklı coğrafyalarından, farklı kültürlerden insanların, global olarak her kesime hitap edebilecek, herkesin kullanabileceği ürün ve servisleri nasıl geliştirdiklerini, nasıl tanıttıklarını gözlemleme ve bunlardan dersler çıkarma ve potansiyel iş fırsatları açısından işbirlikleri kurma adına da oldukça verimli organize ediliyor.

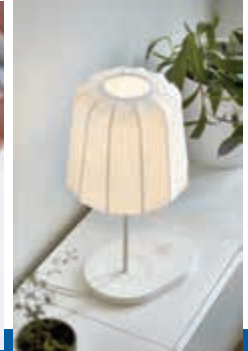
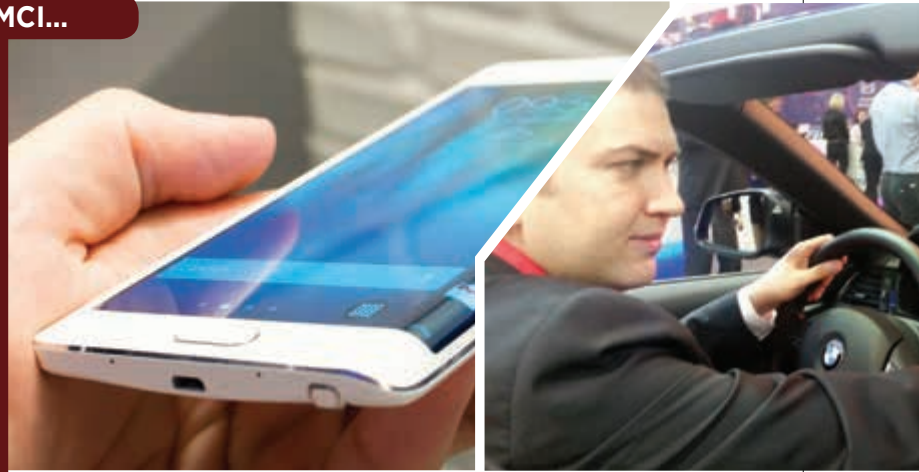
Bu yıl da pek çok üreticinin en yeni ve "hero model" olarak belirttikleri ürünlerini tanıtımalarının yanı sıra büyük oyuncuların da yeni planlarını, stratejilerini, servislerini ve işbirliklerini ilk olarak Mobil Dünya Kongresi'nde öğrendik.

Örneğin, Google bu etkinlikte, daha fazla insanı mobil internetle buluşturmak adına "Google Mobile" adında, MVNO (Mobil Sanal Operatör) hizmeti vermeye başlayacağını duyurdu.

Samsung ise en yeni "hero modelleri" Samsung Galaxy S6 ve Galaxy SEdge'i yine ilk defa MWC'de görücüye çıkardı.

Öte yandan mobil teknolojilerin, sektörlerin iş yapış şekillerini ciddi bir biçimde etkilediği de kongreye damga vuran konuların başındaydı. Operatörlerin mobil merkezde tutarak yepyeni dikeyler yaratma gayretinin yanında mobil geleneksel iş yapış şekillerine doğru entegre eden firmalar ve sektörler açık bir şekilde ön plana çıktı. Sektörlerin mobil teknolojilere ve dijital dönüşüme adaptasyonlarını artırdığı ve hem şirketler hem de kullanıcılar açısından mobilin sağladıklarına kucak açtıkları bu yılki kongrede de net bir biçimde gözlemlendi.

Bu yıl kongrede öne çıkan konular arasında nesnelere interneti (IoT - Internet of Things), yeni nesil mobil ödeme sistemleri, mobilde güvenliği artıracak biyometrik uygulamaları, akıllı telefonlardaki özellikle high-end cihazlarda, rekabet ve big datanın kullanımı geliyordu.



KOTROL EDİLEBİLİR ROBOTLAR VE KABLOSUZ ŞARJ ÜNİTELİ MOBİLYALAR GELİYOR

Kongre sırasında, belirli yerlerde kendi kendine hareket eden ekranlı robot kiosklara rastladım. Bu kioskların Fransa'dan kontrol edildiği ve Fransa'daki operatör ile kioskun ekranı aracılığıyla iletişim kurulabileceği gösterildi.

Anlaşılan drone'lara yatırımın oldukça arttığı bu dönemde, farklı tasarımlarda insansız servis araçlarını görmeye devam edeceğiz.

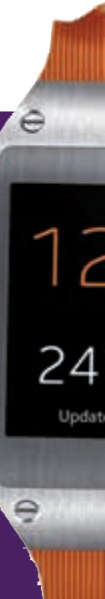
Bunun yanında, IoT ile birlikte artan şarj sorununa en iyi yanıt, Ikea'dan çok güzel bir inovasyonla geldi. Ikea, yeni çıkaracağı mobilyalara kablosuz şarj ünitelerini entegre ettiğini ve bu alanda Samsung'la bir anlaşma yaptığını duyurdu.

GIYİLEBİLİR CİHAZLARDA AKILLI SAATLER ÖNE ÇIKIYOR

Nesnelere internetinin bir uzantısı olan giyilebilir cihaz furyası, geçen yıl olduğu gibi bu yıl da MWC'nin hot topic'lerinden birini oluşturdu. Geçen yılki akıllı bileklik odağının aksine, bu yıl pek çok yeni cihazın giyilebilir konseptte sunulduğunu gördük.

Ancak bu anlamda bir form faktör değişikliği olduğunu belirtmekte yarar var. Özellikle saatler öne çıkmasına rağmen, iWatch'un eksikliği hissedildi. iWatch lansmanı MWC sonrasında olduğu için akıllı saat pazarındaki "dominant design" (baskın tasarım) eksikliği hissedildi. Kolye, tişört ya da farklı nesnelere oldukça enteresan uygulamalar geliştirildiği de görüldü. Özellikle sağlık uygulamalarıyla popüler olan ve geniş kullanıcı kitlelerine yayılan akıllı bilekliklerin yerini saatlere bırakmakta olduğu gözlemlendi.

Giyilebilir cihazlarda moda vurgusu da bu yıl daha öne çıktı. Pek çok ünlü moda firması, akıllı saatlerini yeni tasarımlarla desteklenmiş şekilde sergiledi.





IOT (INTERNET OF THINGS) - CONNECTING EVERYTHING ÇILGINLIĞI

İnternetin hayatımıza girmesinin ardından belirli evrimlerine tanık olduk. İlk başlarda arama motorları aracılığıyla bilgiye kolay erişim ve e-postalara ulaşma odağında başlayan kullanımımız, zamanla e-ticaret uygulamalarına, sosyal ağlara ve mobilden tüm bu kullanımlara erişimimize olanak verecek şekilde evrildi. Son olarak da nesnelerin interneti olarak tanımlanan tüm cihazların birbirine ve internete bağlanabilir olması dönemini yaşıyoruz.

Uzun yıllar "machine to machine communication" (makinalar arası iletişim - m2m) uygulamalarıyla yavaş yavaş altyapısı hazırlanan IoT uygulamalarının bundan sonra hızla günlük hayatımıza gireceği, kongrede yer alan operatör ve firmaların hemen hepsinin standlarında IoT uygulamalarına yönelik servislerini tanıtılmalarından açıkça anlaşılıyordu.

İnternete bağlanarak "akıl kazanan" araba, bisiklet ve ev eşyalarından sonra, şimdi de "akıllı şehir" planlamalarına başlanmış durumda. Özellikle evimizdeki elektronik cihazların internete bağlanması son kullanıcılara kullanım kolaylığı, hız ve konfor kazandıracak gibi görünüyor. IoT'nin sağladığı değişime yönelik en güzel benzetmeyi 2 yıl önceki MWC'de Ericsson CEO'su şu şekilde yapmıştı:

"Eğer iki insan birbirine bağlanırsa, hayatları değişir; eğer her şey birbirine bağlanırsa dünya değişir." IoT ile birlikte "big data" (büyük veri) kavramı da ön plana çıkıyor. Geniş kullanıcı kitlesine sahip kurum ya da uygulamaların, kullanıcılarının davranışlarını takip edip, an-

lamlandırmaları sonucunda, müşterileriyle daha yakın ve kişiselleştirilmiş bir iletişim sağlamaları; bu şekilde de müşterilerinin gözünde vazgeçilmez olmak adına önemli mesafe kaydetmeleri mümkün oluyor.

Özellikle big data üzerinden oldukça farklı katma değerli uygulamalar geliştirilmesi de mümkün olduğundan dolayı büyük veriye sahip olan firmalar açısından da pek çok fırsat ortaya çıkıyor. Örneğin, Türkiye'deki BiTaksi ya da dünyadaki Uber örneklerinden yola çıkacak olursak, kongrede bu firmaların yararlanabilecekleri pek çok yeni servis tanıtıldı. Dünyanın en büyük SIM kart üreticilerinden olan Gemalto, 5 bin taksiyle 8 milyonluk bir şehrin "network quality"sinin (çekim kalitesini) ölçümleyebileceğini standındaki simülasyonla sergiledi.

Öte yandan, Sony standında Japonya'da yapılan bir çalışmada yine taksi şoförlerinin yolların bozukluğunu raporlayarak belediyelere bildirdikleri bir uygulama tanıtıldı.

Son kullanıcıların uygulamalarına giren SDK'larla da kullanıcının cihazında yüklediği ve kullandığı uygulamalar takip edilip bu doğrultuda müşterinin daha yakından tanınması, profilinin çıkarılması amaçlanıyor.

Beacon uygulamalarının bu yıl, geçen yıla nazaran düşüşte olduğu görüldü. Beacon ile geliştirilecek çözümlerin "must have" (mutlaka olması gerekenin) aksine "nice to have" (olsa iyi olur) olduğu; yeterli çoğunlukta Beacon altyapısı olmadan bu cihazlar üzerinden uygulama geliştirmenin anlam ifade etmeyeceği konuşuldu.

AKILLI TELEFONLARDA REKABET KIZIŞIYOR

Kongrede akıllı telefonlara yönelik akılda kalan özelliklere gelince: Ekran büyüklüklerinin artmaya devam etmesi, curved (kavisli) ekranların ergonomi açısından hayatımıza girmeye başlaması, çok yüksek sesli ve net hoparlör sistemleri ve TV ya da diğer cihazlara yönelik yenilikçi bağlantı seçeneklerinin artmaya başlaması...

İşletim sistemi seviyesinde Android ve iOS'in duopolisi yaşamakla birlikte, rekabet telefon ya da tabletlerden diğer ekranlara taşınıyor. Araba ekranları bu anlamda rekabetin en sert olduğu/olacağı alanların başında geliyor.

Ödeme uygulamaları ile güvenliği artırıcı biyometrik çözümlerin cihazlara eklenmesi, hem OEM hem de işletim sistemlerinin fark yaratma anlamında kullandıkları odaklardan. Akıllı telefonların ekran büyüklüğünün artması tablet modellerinin azalmasına yol açmış. Özellikle phablet denilen modeller klasik tabletlere rekabetsini azaltıyor.

Farklı cihaz üreticilerinin, Apple'ın monopolisinde olan şık donanım karşı rekabeti de bu yıl öne çıkan konulardandı. Özellikle Samsung yeni S6 ve S Edge modellerinde şık tasarıma dikkat çekti. Ancak genel olarak üreticilerin donanımın dışında, içerikle de fark yaratma yarışı içerisinde oldukları gözlemlendi.

İris ve yüz tanımadan parmak izi ya da el tanımayaya kadar, pek çok firma biyometrik sistemleriyle akıllı telefonlardaki güvenliği artırıcı çözümlerini tanıttılar. ZTE, bir modelinde, müşteri doğrulamasının şifre yerine göz damarlarının kameradan tanınmasıyla gerçekleştiği uygulamayı tanıttı. Sagem Orga, el tanımayla havlımanını bilet kontrolü uygulamasını gösterdi.

Konferanstaki key-note'larda en ilgi çekici isim geçen yıl da olduğu gibi Marc Zuckerberg'di. Ancak geçen yıl, What's App satın alımının açıklanmasının ardından tüm ilgilerin odak noktası olan Zuckerberg, bu yıl en sönük konuşmalarından birini yaptı. Konuşmasında, içeriğin video odağında ilerleyeceğini ve Facebook'un da sanal ve artırılmış gerçeklik uygulamaları konusunda çalışmalar yapacağını belirtti.

Zuckerberg'in "Benim işe alımlarda temel kriterim, işe aldığım kişiyi seçerken onun için çalışabileceğimi düşünmem" demesi, Steve Jobs'ın "A klas insanlar A klasları işe alır, B klaslar ise C klasları" sözünü aklı getirdi. Bu da teknolojiye adaptasyon, inovasyon ya da değişimin çok ötesinde, rekabette fark yaratmanın ve taklit edilemez olmanın temelini sahip olunan insan kaynakları olduğunu tekrar hatırlattı.



MOBİL ÖDEMELERİN ARTIK TAM ZAMANI

IoT'nin ödeme dünyasına da etki etmeye başladığı görüldü. "Ağa bağlanabilen her cihaz, üzerinden ticaret ve ödeme yapılabilir hale gelecek" mottosunun gerçekleşmeye başladığı, hem MasterCard hem de Visa standlarında arabadan sipariş uygulamalarıyla desteklendi.

Visa ayrıca, ilerleyen dönemlerde herkesin evinde "connected fridge"ler olacağını, buzdolabında biten ürünlerin yerine siparişi kolayca verebileceğimizi uygulamalarla tanıttı. Visa'nın tanıttığı bir uygulama da sosyal ağ bağımsız, sosyal ağlardan para transferine olanak sağlayan servisti.

Akıllı saat odağını değerlendirmek isteyen Dominos'un akıllı saat üzerinden pizza siparişi uygulaması da ses getirdi.

MWC'de mobil ödeme alanındaki asıl gündem, Samsung ve Android'in Apple Pay'e karşı rekabette lanse ettikleri yeni ödeme uygulamaları ile mobil ödeme şirket satın almaları oldu. (Samsung'un LoopPay'i, Google'un Softcard'ı, PayPal'ın da Paydiant'ı satın alması gibi...)

Apple ve Samsung'un ödeme uygulamalarını servis olarak tanıtmalarının aksine Google, Android Pay adını verdiği uygulamayı, Android işletim sistemi üzerinde bir api entegrasyonu olarak tanıtarak, Apple ve Samsung'un aksine platform odağını korudu. Ancak tüm bu gelişmeler akabinde "MNO Cüzdan" ya da "MNO tabanlı mobil ödeme" konseptlerinin Türkiye'de de olduğu üzere tüm dünyada düşüşte olduğu net şekilde görüldü.

Bu yıl MWC'de başarılı herhangi bir MNO cüzdan çözümü göremedim. Operatörler geçen yıllarda sergiledikleri "cüzdan" ya da NFC servisleri yerine bu yıl daha çok para transferi uygulamalarını tanıttı.

Örneğin, Vodafone ve Orange, M-Pesa ve Orange Finance servislerini sundu. MasterCard ve Visa da "financial inclusion" (finansal kapsama) stratejileri kapsamında MNO'ların bu çalışmalarını destekliyorlar.

Apple Pay ve Samsung Pay tarzı OEM cüzdanlar ya da HCE (Host Card Emulation) çözümüyle bankaların cloud based (bulut tabanlı) mobil ödeme uygulamalarını kendi mobil bankacılık sistemlerine entegre edebilmesi, MNO'ların oyunun dışında kalmasının ana sebebinin oluşturuyor.

Tüm bu yeni ödeme uygulamalarının arasında Apple Pay'in önde olduğunu söylemek yanlış olmaz. Bu başarıda, Steve Jobs'un "noktaları birleştirmek" vizyonunun etkisini görüyoruz. Apple, önce iTunes üzerinden 800 milyon kredi kartı topladı. Ardından, Passbook'u lanse edip, ödemeye girmeden loyalté (sadakat) kartları, uçak biletlerini, kuponları mobil cüzdanda tutma ve kullandırma alışkanlığını kazandırdı. Sonra, donanımına ek bir özellik olarak touch ID'yi ekledi ve "artık şifre girmeye gerek olmadan, biyometrikle müşteri doğrulama gerçekleştirilebilir" dedi.

Apple Pay, deneyim olarak tüm bu uygulamaları birleştiren benzersiz bir çözüm oldu. Güvenlik açısından da tokenization denilen yeni spesifikasyonlar doğrultusunda kart

numarasının POS ile paylaşılmadığı bir yapı kurdu. Ayrıca, lansman sırasında aralarında Apple online mağazaları ile Uber, Target ve Sephora gibi önemli markaların bulunduğu 10 üye işyeriyle işbirliği yaptığını ve ilk günden anlaşmalı üye işyerlerinde Apple Pay'in kullanılabileceğini duyurdu.

Samsung da akıllı telefon pazarında sürekli artan pazar payı ve Android içerisindeki güçlü konumuyla ödeme alanında yer etmeye çalışacak gibi görünüyor. Ancak Samsung'un asıl hamlesi, LoopPay'i satın alarak, Amerika'da temassız olmayan POS cihazlarında da NFC deneyimini yaşatabilecek olması. Bu teknolojiyi, mag-stripe dâhasını kullandığı için "bridging" denilen ara bir çözüm olarak nitelenebilir.

Türkiye ve Avrupa gibi EMV geçişinin tamamlanmış ülkeler için LoopPay yerini NFC'ye bırakacak. Ancak Apple'in aksine Samsung'un müşteri kartlarına sahip olmadığı için dezavantajlı olduğunu belirtmeden geçmemek gerekiyor.

Mobil ödeme alanındaki bir diğer dönüşüm de mPOS'larda yaşanıyor. Square, sonrasında iZettle ile başlayan, akıllı telefonların kullandığı ya da şarj girişlerine bir dongle takılarak telefonların POS olarak kullanılmasını sağlayan aparatlar, yerlerini ayrı bir cihazla telefonlara kablosuz olarak Wi-Fi ya da Bluetooth'tan bağlanan cihazlara bırakmış durumda. Ne yazık ki Türkiye'deki ÖKC (ödeme kaydedici cihazlar) regülasyonu nedeniyle bu inovasyonları kullanamıyoruz. Şimdilik gelişmeleri uzaktan takip ediyoruz.



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)



Taksitli ödemeler yükselişe geçti

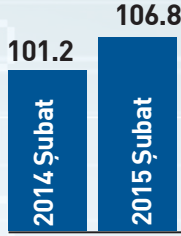
TABLO 1

Toplam kart sayısı 164 milyonu aştı

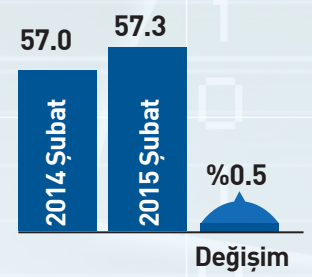
Bankalararası Kart Merkezi (BKM) verilerine göre, 2015 yılının şubat ayı sonu itibarıyla Türkiye'de 106.8 milyon banka kartı, 57.3 milyon da kredi kartı bulunuyor. 2014 yılının aynı dönemiyle karşılaştırıldığında banka kartı sayısında yüzde 6 oranında artış olduğu görülüyor. Kredi kartı sayısındaki artış oranı ise yüzde 0.5 seviyesinde kaldı. 2014 yılının şubat ayı sonunda 158.3 milyon olan toplam kart sayısı ise bu yılın aynı döneminde yüzde 3.6 artışla 164.1 milyona yükseldi.

Kart sayıları

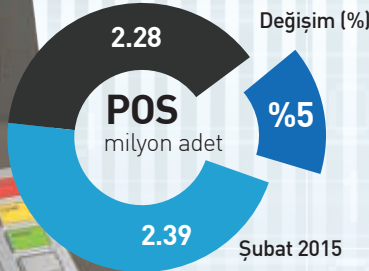
Banka kartı



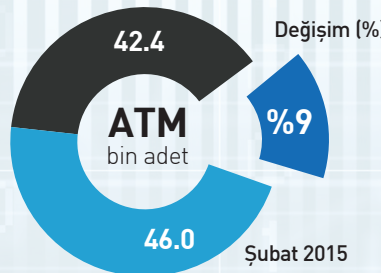
Kredi kartı



Şubat 2014

2.28
POS
milyon adet2.39
Şubat 2015%5
Değişim (%)

Şubat 2014

42.4
ATM
bin adet46.0
Şubat 2015%9
Değişim (%)

TABLO 2

ATM sayısı 46 bini buldu, POS sayısı 2.4 milyona dayandı

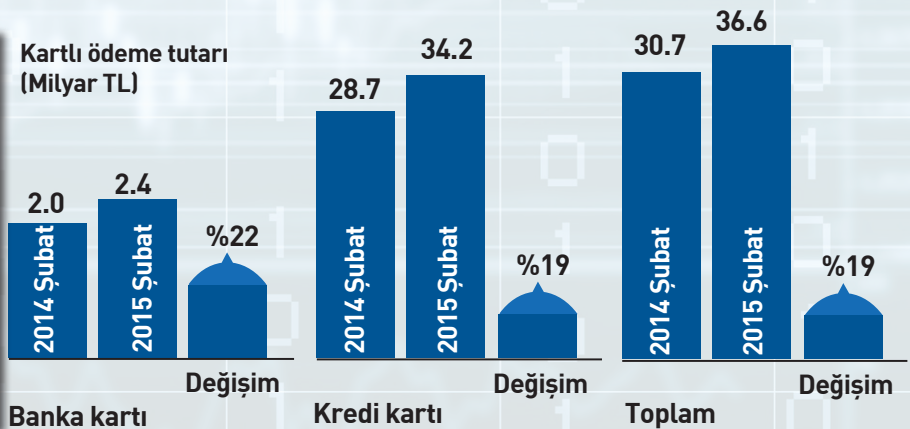
Şubat 2015 sonu itibarıyla Türkiye genelinde kullanılan ATM sayısı 46 bine ulaştı. Bu rakam, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 9 artışa işaret ediyor. Geçen aya göre ise yaklaşık 200 yeni ATM'nin kurulduğu görülüyor. Şubat ayında POS sayısı ise 2014 yılının aynı ayına göre yüzde 5 artışla 2.39 milyon oldu.

TABLO 3

Kartlı ödemeler yüzde 19 büyüdü

Bankalararası Kart Merkezi'nin açıkladığı şubat ayı verilerine göre toplam kartlı ödemelerdeki büyüme oranı yüzde 19'a ulaştı. 2014 yılı şubat ayında banka kartıyla yapılan ödeme tutarı 2 milyar TL civarındaydı. Bu yılın aynı döneminde söz konusu tutar yüzde 22 büyümeyle 2.4 milyar TL'ye ulaştı. 2014 yılı şubat ayında 28.7 milyar TL olan kredi kartıyla ödeme tutarı ise yüzde 19 artışla 34.2 milyar TL oldu.

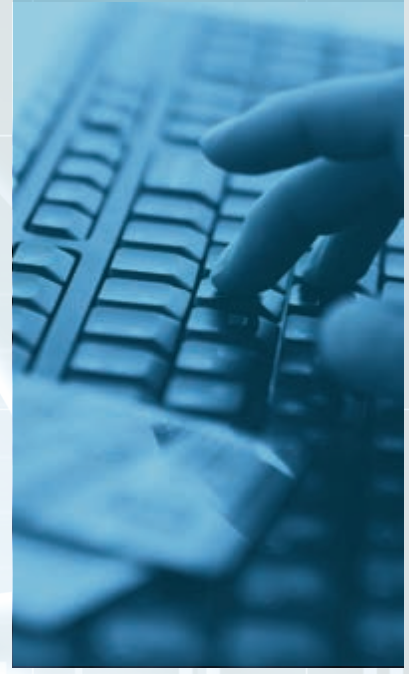
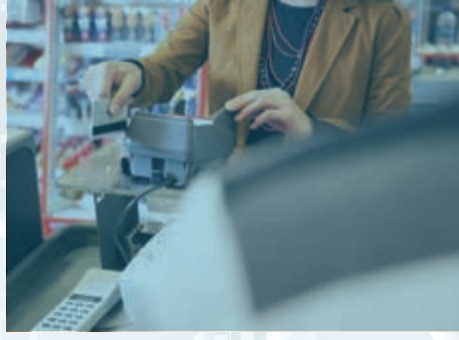
Kartlı ödeme tutarı (Milyar TL)



Banka kartı

Kredi kartı

Toplam



TABLO 4

Banka kartlarının kartlı ödemelerdeki payı artıyor

Banka kartlarıyla yapılan ödemeler hızlı büyümesini sürdürüyor. Banka kartları, özellikle günlük alışverişlerde ve küçük çaplı ödemelerde cüzdandan çıkarılıyor. Nitekim şubat ayı verileri de bunu doğruluyor. Banka kartıyla yapılan ödemelerin geçen yılın şubat ayında toplam kartlı ödemeler içerisindeki yüzde 20 iken, bu oran bu yılın aynı döneminde yüzde 22'ye ulaştı.

Banka kartlarının kartlı ödeme adedi içindeki payı

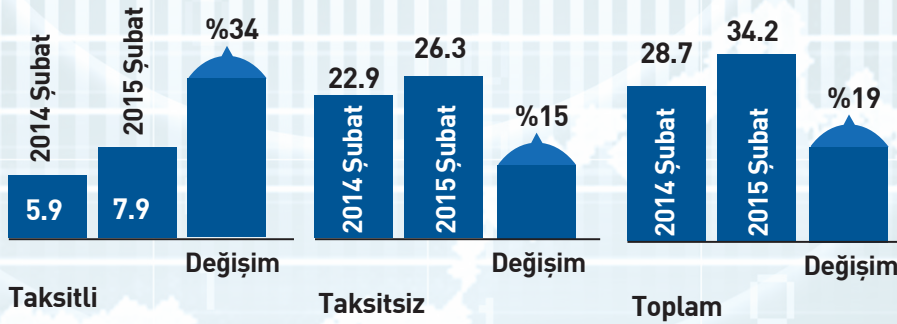
2014 Şubat

2015 Şubat

%20

%22

Kredi kartlarıyla yapılan ödeme tutarı (Milyar TL)



TABLO 5

7.9 milyar TL'lik taksitli ödeme yapıldı

2015 yılı şubat ayında kredi kartıyla yapılan 34.2 milyar TL'lik ödemenin 7.9 milyar TL'si taksitli ödemelerden oluştu. Taksitli ödemelerde geçen yıla göre yüzde 34 artış kaydedildi. Peşin ödemelerdeki artış oranı ise yüzde 15 seviyesinde oluştu.

TABLO 6

Taksitli ödemelerin payı 3 puan arttı

Geçen yıl BDDK (Bankalararası Düzenleme ve Denetleme Kurumu) düzenlemeleri doğrultusunda kredi kartıyla taksitli ödeme tutarı düşüşe geçmişti. 2015 yılının şubat ayı verileri ise bu tablonun değiştiğini ortaya koyuyor. Taksitli ödemelerin kredi kartı ödemeleri içindeki payı incelendiğinde, geçen yılın şubat ayında yüzde 20 olan oranın bu yılın aynı döneminde yüzde 23'e yükseldiği görülüyor.

Taksitli ödemelerin kredi kartıyla yapılan ödemeler içindeki payı

2014 Şubat

2015 Şubat

%20

%23





Mısırlılar ödemelerini kimlik kartıyla yapacak



Mısır hükümeti, Barcelona'daki Mobil Dünya Kongresi'nde MasterCard ile başlatacağı yeni mobil ödeme sistemini duyurdu. Bu yolla 54 milyon Mısırlının elektronik ekonomiye katılımı sağlanacak...

Geçen ay Barcelona'da düzenlenen Mobil Dünya Kongresi'nde Mısır İletişim ve Bilgi Teknolojileri Bakanlığı ile MasterCard, 54 milyon Mısırlıyı finansal hizmetlerle tanıştırmayı hedefleyen "Ortak Niyet Bildirgesi"ni açıkladılar.

Anlaşmaya göre MasterCard, Mısır hükümetiyle yakın çalışarak vatandaşların resmi kimlik kartlarını ulusal mobil para platformuyla birleştiren bir dijital kimlik programı başlatacak. Her yetişkin Mısırlı için kimlik kartı yerine de geçen mobil tabanlı bir banka kartının basılacağı, kullanımı kolay nakitsiz program aracılığıyla Mısırlıların resmi elektronik ekonomiye katılımı sağlanmış olacak.

Nüfustan fazla cep telefonu var

Mısır İletişim ve Bilgi Teknolojileri Bakanı H. E. Atef Helmy, cep telefonu sahipliğinin yüzde 100'ün üzerinde olduğu Mısır'da, mevcut "milli mobil para platformu" ile MasterCard işbirliği sonucunda, milyonlarca Mısırlının milli kimlik kartıyla finans işlemlerini yenilikçi, güvenli ve basit bir şekilde yapabileceğini açıkladı.

Dünya Bankası istatistiklerine göre Mısır'daki cep telefonu penetrasyonu 2012 yılı itibarıyla yüzde 113 seviyesinde. Buna karşılık, bin bankada hesabı olan yetişkinlerin oranı ise yüzde 5'in bile altında...

MasterCard inovasyon merkezi açacak

Bakana göre bu işbirliğinde bilgi transferi çok önemli bir rol oynayacak ve MasterCard'ın global deneyimi ve uzmanlığı inovasyon çabalarını ve vatandaş katılı-

mını artırmak için kaldıraç görevi üstlenecek. Diğer yandan, bu iki kuruluş Kahire'de MasterCard'ın en yeni teknolojilerini kullanacak bir inovasyon merkezi kurarak yenilikçi ürün ve hizmetleri pazara sunacak.

MasterCard'ın halihazırda Mısır'da kayda değer varlıkları ve ortaklıkları bulunuyor. Yeni nakitsiz sistemin kuruluşunda da bunlardan yararlanılacak. Sistem, hükümetin; vergiler, telefon faturaları, alışveriş harcamaları, yurtiçi havale gibi hizmetler için ödeme yaparken kullanılacak bir dijital kimlik kartı basmasını sağlayacak. Ek olarak kamu maaşları ve sosyal yardımlar da elektronik olarak bu kartlar aracılığıyla yatırılacak. Tüm işlemler gerçek zamanlı olarak gerçekleştirilecek ve tamamen güvenli olacak.

Özel hayat ve güvenlik konuları belirsiz

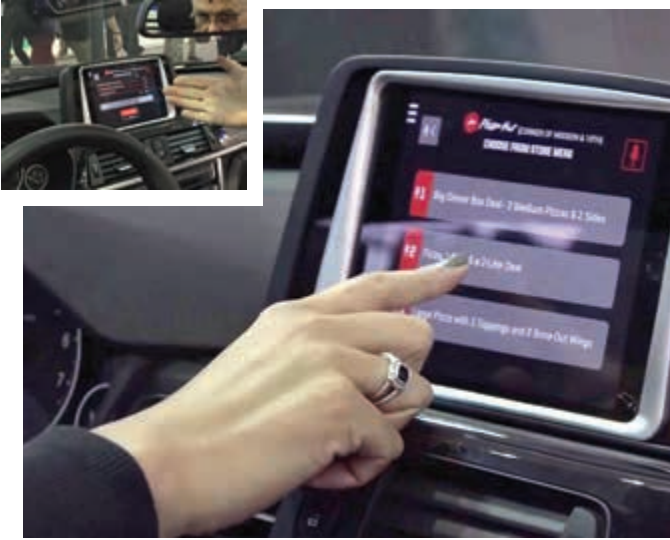
Bu kartlarla Mısır ekonomisinin önemli bir kısmını oluşturan uluslararası para transferi yapılıp yapılamayacağı ise belli değil. Yine Dünya Bankası verilerine göre, 2012'de Mısırlılara yapılan havale ödemeleri ülkenin GSYİH'sının yüzde 7.3'ünü oluşturuyor. Ki bu da neredeyse yüzde 8 olan ülkenin ticaret açığına denk geliyor.

Gerek hükümet gerekse MasterCard tarafından yapılan açıklamalarda, özel hayat ve güvenlik konularına yer verilmedi. Hükümetin, bireylerin mobil ödeme geçmişlerine ulaşımının olup olmayacağı ya da telefonun çalınması, kaybolması, zarar görmesi veya hesabın ihlali durumlarında ne olacağı açık değil. MasterCard, proje ilerledikçe bu konuların da sağlama alınacağını açıklamakla yetindi. Öte yandan, programın başlatılması için kesin bir tarih de verilmedi.

'ARABADA MOBİL ÖDEME' İÇİN KONTAĞI ÇEVİRDİLER

Visa Inc, Pizza Hut ve Accenture, hareket halindeyken mobil ve online ödeme kabul edebilen bir konsept araç geliştirmek için ortak çalışma başlattıklarını duyurdu. Söz konusu konsept aracın, Pizza Hut'larda siparişini almaya gelen müşteriyi haber veren Beacon teknolojisinin yanı sıra Visa Checkout, cep telefonu bağlantısı, Bluetooth Low Energy (BLE) gibi özellikleri olacak. Bu teknolojilerin entegrasyonu ise Accenture tarafından sağlanacak.

Visa Inc İnovasyon ve Stratejik İşbirliği Başkan Yardımcısı Bill Gajda, 2020 itibarıyla dünya çapında 250 milyon aracın bu tür gömülü bağlantıya sahip olacağını öngörüyor. Gajda, "Bağlantılı araçların sayısı arttığında muhtelif noktalardaki tüketicilere güvenli e-ticaret ulaştırabilme yeteneğimiz de artacak. Evinize giderken yemek söylemek gibi... Artık tüketicilerin kablosuz olarak pek çok harcamasını arabadan yapabileceği bir dünyayı tasavvur edebiliyoruz" diyor.



FACEBOOK MESSENGER'DAN PARA GÖNDEREBİLİRSİNİZ

Facebook, Messenger uygulamasında bireylerin birbirine para gönderebileceği (P2P) ödeme sistemini başlatıyor. Facebook'un reklamveren için promosyon ve sadakat kampanyalarına kapı açan bu adımıyla eBay'in Venmo'su ve Snapchat ile birkaç banka ve diğerlerinin yer aldığı bu piyasada rekabete yeni bir yön verdiği söyleniyor. Bugüne kadar Facebook kullanıcıları örneğin, bir konserle ilgili aralarında konuşurken bilet satın almaya karar verdiklerinde başka bir web sitesine gitmeleri gerekiyordu. İşte yeni P2P ödeme özelliği, Facebook'un bu işlem için de kullanıcılarını kendi sitesinde tutmasını sağlayacak. Peki sistem nasıl çalışıyor? Para göndermek için kullanıcı bir mesaj kutusu açıp "dolar" işaretini tıklar ve göndermek istediği tutarı yazıyor. Ödeme, sağ üst köşedeki "öde" butonuna bastıktan sonra banka kartı bilgileri girildikten sonra gerçekleşiyor. Para almak içinse arkadaşınızdan gelen mesajdaki "kart ekle" özelliğini tıklayıp bir kereye mahsus banka kartı bilgilerinizi giriyorsunuz. Transfer anında gerçekleşiyor ama paranın hesaba geçmesi kullanıcının bankasına göre 1 ila 3 iş günü sürebiliyor.

Facebook kullanıcıları, para gönderip alma işlemini ilk kez yaptıklarında, bir defaya mahsus olmak üzere ABD'li bankalarca üretilmiş bir Visa ya da MasterCard banka kartı bilgilerini hesabına ekliyor. Sonra bir PIN üretiliyor. iOS cihazlarındaysa Touch ID özelliğini kullanabiliyor. Ücretsiz P2P ödeme özelliğinin Android, iOS ve masaüstü versiyonları aracılığıyla kısa sürede tüm ABD'ye yayılması bekleniyor.

PAKİSTAN'A PARA GÖNDERMEK ARTIK ÇOK KOLAY

Dijital para transferi sağlayıcısı Xoom, Pakistan'da para transferi hizmeti başlatacağını duyurdu. Pakistanlı Habib Bank Limited (HBL) ile ortak verilecek hizmetle Pakistan'da HBL hesabı olan herkese para göndermek mümkün olacak. Xoom'un para transferi hizmeti verdiği ülke sayısı da böylece 32'ye ulaşacak.

Xoom, Pakistanlı göçmenlerin de bilgisayarları, tabletleri ya da cep telefonları aracılığıyla Pakistan'daki yakınlarına para göndermelerine imkan sağlıyor. Kullanıcılar banka kartlarıyla para gönderdiklerinde bin dolara kadar havale için 4.99 dolar masraf ödüyor. Bin doların üzerindeki havaleler içinse masraf alınmıyor. Müşteriler Xoom'un Android ve iOS cep telefonları için uygun uygulamasını indirebiliyor. Xoom, cep telefonları, tabletler ya da bilgisayarlar aracılığıyla dünyanın her yerinde para gönderme, fatura ödemesi yapılmasını sağlıyor. Geçtiğimiz günlerde, Xoom'un mobil para transferi uygulamasına Apple'ın Touch ID teknolojisinin de dahil edileceği açıklanmıştı.



Taş paralar

Elektronik ödeme yöntemlerine her geçen gün yenileri ekleniyor. Nakitsiz toplum hedefine hızla yaklaşıyoruz. Elimize, cebimize, çantamıza sığacak boyutlardaki bu parayı taşımamanın yollarını arıyoruz.

Peki antik çağlardaysa insanlar nasıl ödeme yapıyordu dersiniz? Buluntular, canlı cansız, büyük küçük çok çeşitli nesnelere parasal değer biçtiklerini gösteriyor. Tuz gibi yiyeceklerden sincap derisine, patates ezicisinden bıçaklara kadar birbirinden ilginç nesne para yerine kullanıldı. İşte onlardan biri: Rai, yani taş para!

Rai adı verilen bu devasa yuvarlak disk şeklindeki taş paralar tek parça kireç taşı oyularak elde ediliyordu. Palau Cumhuriyeti başta olmak üzere Mikronezya adalarından çıkarılan bu taşlar para olarak kullanılmak üzere Yap adasına getiriliyordu. Yaplılar tarafından ticarete para birimi olarak kullanıldılar. Aslında Yap'ın "mali sistemi" bu büyük taşları bugünkü jeton gibi kullanıyordu. Ancak paranın değerini belirleyen bu değil paranın kime ait olduğuyla ilgili sözlü hikaye oluyordu.

Ne kadar zor, o kadar değerli

Ortalarındaki delik bir nevi imza anlamına geliyordu, En büyüğü baştan başa 3.6 metre olan bu taş paraların ağırlığı 4 tonu bulabiliyordu. Her birinin kendine has bir hikayesi olan taş paraların değerini belirleyen de zaten bu hikayesiydi. Çünkü ortaya çıkarıl-

ması muazzam bir çaba gerektiriyor, tüm bu süreçte karşılaşılan her zorluk da taşın yani paranın değerini artırıyor.

Köylüler daha en başta kireç taşı bulup getirmek için hayatlarını riske atıyordu. Daha sonra bu taşın oyularak disk haline getirilmesi ve yine tekrar kanolarla adaya getirilmesi gerekiyordu. Rivayete göre, bir keresinde bu kanolardan biri yolda içindeki "para yükü" ile birlikte battı. Ancak adalıların inancına göre kaybolmuş da olsa para hala ekonominin bir parçası olarak görülüyordu. O zamanki inancıya göre para orada bir yerde, okyanusun dibindeydi, sadece el değiştirmişti. Yeni sahibiyse okyanusun ta kendisiydi.

Harcaması bir o kadar kolay

Yerinden kıpırdatmak için oldukça büyük olan bu paralarla alışveriş oldukça kolaydı. Basit bir şekilde "Bu para artık benim değil" demek yeterli oluyordu. Bu işlem sözel tarih olarak kaydedildiği sürece taş para da artık yeni sahibine ait sayılıyordu. Bir daha taşı yerinden kıpırdatmaya gerek duyulmuyordu. Sahipleri değişse de taş paralar ilk getirildikleri yerlerinde öylece kalmaya devam ediyordu. Eğer bir köylü bu taş paralardan birini oyarken ya da taşırken ölürse -ki bu öyle pek sık rastlanan bir durum değildi- o paranın değeri artıyordu. Her bir taş para için muazzam emek ve zaman ortaya koymak gerektiğinden, paranın birinin elinden diğerine geçmesi özenle hazırlanmış bir seremoninin ardından gerçekleştirilebiliyordu.



BKM Express uygulamasıyla...



7/24 Para Gönder

Cep telefonu ya da kart numarasına 7/24 para gönderebilirsiniz.



Alışveriş Yap

Cep telefonunuzdan yapacağınız internet alışverişlerinde, kart bilgisi vermeden, hızlı, kolay ve güvenli ödeme yaparsınız.

**Ücretsiz uygulamayı
HEMEN İNDİRİN**

B K M
express

bkmexpress.com.tr

Available on the
App Store

ANDROID APP ON
Google play

BKM Express ile ödeme ve para gönderme işlemleri, BKM Express üyesi bankaların kartları ile gerçekleştirilebilir. Alışveriş işlemi sadece BKM Express üye işyerlerinde yapılabilir. Detaylar için: www.bkmexpress.com.tr

B K M
BANKALARARASI
KART MERKEZİ

Bir buçuk milyon INGENICO ile tam 20 yıldır yanınızdayız.

Ingenico Group, dünyada 35 yıldır, Türkiye'de ise 20 yıldır faaliyet gösteriyor. Ülkemizde 1,5 milyondan fazla Ingenico EFT-POS cihazı kartlı ödemede sizlere hizmet veriyor. Şimdi siz de yazarkasaPOS alırken seçiminizi Ingenico'dan yana yapın, Ingenico kalitesi ve ayrıcalıklarından faydalanın...



Ingenico iWE280
YazarkasaPOS



Ingenico
Mobil EFT-POS



Ingenico
Masaüstü
EFT-POS



Dünyada
27 Milyon
EFT-POS
kullanıcısının
tercihi.



*Türkiye'de
1.5 Milyondan
Fazla
EFT-POS
kullanıcısının
tercihi.

*Son 5 yıllık Türkiye
ithalat rakamlarına göre

*İlanda yer alan tüm
cihazların boyutları
birbirine yakındır.



Tebliğe tam uygun
tek parça tasarım



Opsiyonel entegre barkod
okuyucu ile QR kod, stok
ve katalog satışına uygun
tasarım



En az servis müdahalesi
için SIM kart, pil, ECU
değişimlerinde kullanıcı
dostu



2 SIM kullanımı ile
kesintisiz haberleşme



Üstün pil performansı ile
500 işlem



Dayanıklı dokunmatik
renkli ekran



GPS ile harita
takip sistemi



Bankacılık ve yazarkasa
uygulamalarında tek nokta
ve hızlı çözüm sağlayıcı



Akıllı, manyetik ve
temassız kart okuyucu



*Düşmeye, çizilmeye ve
sarsıntıya dayanıklı



24 saatte onarım
(kargo süreleri dahil
değildir.)



Opsiyonel para çekmecesi
ile masaüstü kullanım



0850 250 40 30

*Garanti şartları için www.ikasa.com.tr sitemizde yer alan 'Sık Sorulan Sorular' bölümüne bakınız.

PAVO

ingenico
GROUP

www.ingenico.com.tr