

PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

MAYIS 2015 / SAYI: 49 / FİYATI: 10 TL

www.psmmag.com



HİNDİSTAN'IN MİLLİ ÖDEME SİSTEMİ CARDTEK'E EMANET



BKM EXPRESS LOKOMOTİF OLDU
MOBİL TİCARET UÇUŞA HAZIR!



BEYMEN
THE ASSURED PLACE



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

Ödemeciler grup kurdu sırada milli ödeme sistemleri var

Ödeme sistemleri Türkiye'nin en dinamik sektörlerinden biri. Tamam, bir otomotiv, tekstil ya da inşaat kadar cirosu yok ama yarattığı katma değer, içerdiği potansiyelin hepsinden daha yüksek olduğunu söyleyebiliriz.

Peki böylesine önemli bir sektörün neden bir çatı örgütü yok dersiniz? Hatırlarsanız bu sayfada daha önce, biraz da sitemli bir şekilde "Ödeme Sistemleri Bakanlığı kurulsun" demiştim.

Yok yok, bakanlık yönünde bir duyum almış değilim. Hatta dernek ya da birlik gibi bir oluşum da henüz gündemde değil. YASAD (Yazılım Sanayicileri Derneği) çatısı altında oluşturulan "Ödeme Sistemleri Çalışma Grubu"ndan bahsediyorum.

YASAD gibi oldukça etkin bir örgütün çatısı altında oluşturulan bu grubun, ödeme sistemleri aktörlerinin bir araya gelip sorunlarını tartışabileceği, kararlar alabileceği, daha etkin kamuoyu oluşturabileceği, karar mercilerine etki edebileceği bir oluşumun ilk adımı olmasını temenni ediyoruz.

Bu arada, Ödeme Sistemleri Çalışma Grubu'nun ilk başkanı da Cardtek Group Genel Müdürü Murat Göksekin Güzel oldu.

Güzel, bu oluşumu özellikle Türk milli ödeme sistemleri ve milli kart hedefleri açısından önemli buluyor.

"Milli ödeme sistemleri, milli kart da nereden çıktı" dediğinizi duyar gibiyim. Evet, anlaşılan hükümet uzun süredir bu konuya kafa yoruyormuş. Güzel, bunun sadece Türkiye değil birçok ülke tarafından izlenen bir strateji olduğunu anlatıyor. Buna son örnek ise Rusya.

Rusya, özellikle Avrupa ve ABD ile sorunlar yaşayınca milli ödeme sistemleri çalışmalarını hızlandırmış. Rusya, bu konuda Çinli ödeme sistemleri devi UnionPay ile işbirliği yapıyor. Ayrıntılarını Murat Göksekinin Güzel'le yaptığımız röportajda okuyabileceğiniz Hindistan örneğinde ise Cardtek önemli bir paya sahip olacak...

Güzel, Türkiye'nin kart, POS, dijital bankacılık ve mobil başta olmak üzere ödeme sistemlerinin her alanında gerekli bilgiye, teknolojiye, deneyim ve tecrübeye sahip olduğunu vurguluyor. Bazen aşırı bulsak da regülasyonlarla sağlanan disiplini de unutmamak gerekiyor. Yani yağ, un, şeker hepsi var. Sıra helva yapmada...

Bakalım dünya ödeme sistemi devleri Visa, MasterCard, American Express, hatta UnionPay Türkiye'nin bu kararını nasıl karşılayacak?

Keyifli okumalar



www.psmmag.com

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

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

EDİTÖRLER
Esin Gedik, Hüsnüye Güngör

YAYIN KOORDİNATÖRÜ
Kayhan Öztürk

HABER MÜDÜRÜ
Orhan Pala

DÜZELTMEN
Celalettin Kafesoğlu

GÖRSEL YÖNETMEN
Halil Günüş

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

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

FOTOĞRAF
Gökhan Taşçı

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 gösterilmeden alıntı yapılamaz.
Köşe yazıları yazarlarının sorumluluğundadır.

İÇİNDEKİLER

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE • MAYIS 2015

VISA

34



56

24



50



62



30

AYIN EKİBİ
VAKIFBANK
Çiftçinin halinden
anlayan birileri var!



28



8 VİTRİN
Kredi Kayıt Bürosu verileri artık
duble kontrollü!

20 SÖYLEŞİ
Cardtek, 2016'da Silikon Vadisi'nde,
2020'de NASDAQ'da olacak

24 M-TİCARET
BKM Express lokomotif oldu; mobil
ticaret uçuşa hazır!

28 YAZARKASA/POS
Ingenico yazarkasa dönüşümüne
erken başladı

34 FİNANSAL OKURYAZARLIK
Paramı Yönetebiliyorum 6 yaşında

36 DİJİTAL BANKACILIK
Perakende bankacılığı değil
'perakendeci banka' dönemi

46 TEKNOLOJİ GÜNDEMİ
Akıllı ekranlarla geleceğe dönüş

50 AKILLI ULAŞIM
5 yıl daha dokundurmadan
geçemeyecekler!

56 MOBİL BANKACILIK
Türk tüketicisi mobilkolik çıktı!

60 EXTRE
Banka kartı kullanımı artıyor,
kart borçları düşüyor

62 RAPOR
UnionPay, kredi kartı hacminde
MasterCard'ı geçti

64 DÜNYADAN
Alışveriş elektronik, ödeme nakit

Kuveyt Türk'ten "altın kalpli" banka kartı



Kuveyt Türk, katılım bankacılığı prensiplerine uygun olarak tasarlanan ve müşterilerini finansal yükün altına sokmadan faizsiz ek limit veren "Altın Kartı" müşterileriyle buluşturdu. Banka kartlarının özelleştirilmiş bir versiyonu olan Altın Kart, müşterilere ek limit kullanım hakkı sağlayarak hesaplarında bakiye bitse de POS üzerinden harcama yapma imkanı sunuyor. Altın Kart, bu ek limiti 2 bin TL'ye kadar ve 30 güne kadar vadeyle müşterilerinin hizmetine sunuyor.

Kuveyt Türk Bireysel Bankacılıktan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Mehmet Oral, "Kredi kartı kullanımına getirilen düzenlemeler ve tasarrufun teşvik edilmesine yönelik adımlar göz önünde bulundurulduğunda Altın Kart'ın önemli bir boşluğu dolduracağına inanıyoruz. Altın Kart bir kredi kartı değil, banka kartı özelliklerinin yanı sıra tüketiciye hesabındaki bakiye bittiğinde alışverişlerde kullanım için ek limit sağlayan tüketici dostu bir karttır. Bu ürünümüz müşterilerimizi finansal yüklerin altına sokmayan, paraları bittiğinde de onların yanında olan altın kalpli bir karttır" dedi. Altın Kart sahipleri yaptıkları harcamalardan "altın puan" kazanıyor. Hesaptaki bakiye kullanılarak yapılan alışverişlerde yüzde 0.35, ek limit kullanılarak yapılan alışverişlerde ise yüzde 0.1 oranında altın puan hediye ediliyor. Müşterinin altın puan hesabında biriken puanların toplam tutarı 10 TL'ye ulaştığında gram altın olarak hesaba yansıtılıyor.

BKM EXPRESS İLE İLK BİTAKSİ YÜZDE 99 İNDİRİMLİ



Dijital cüzdan BKM Express, akıllı telefonla taksi çağırabilen BiTaksi'de tek tıkla ödeme imkanı sunuyor. Yol kenarlarında taksi peşinde koşmayı ortadan kaldıran BiTaksi, BKM Express sayesinde taksi koltuğundayken pantolon ceplerinde ve cüzdanda para arama, para üstü bekleme gibi sıkıntılara da son veriyor. BiTaksi'yi de ödeme ağına katan BKM Express, hem tek tıkla en kolay ödemeyi sağlıyor hem de ilk yolculuğun yüzde 99'unu ödüyor.

BiTaksi aracılığıyla takside hem güvenli hem de en hızlı ödeme yapabilmek için akıllı telefonunuzda BiTaksi ve BKM Express ücretsiz uygulamalarının olması yeterli. BiTaksi uygulamasına, ödeme aracı olarak BKM Express bir kez eklendikten sonra taksi ödemesi tek tıkla gerçekleştirilebiliyor. Dijital cüzdan uygulaması BKM Express App Store ve Google Play'den ücretsiz olarak indirilebiliyor. Diğer yandan, BiTaksi'nin sosyal güvenlik güncellemeleri de devam ediyor. Lokasyon tarifi gibi konularda numara görünmeden internet üzerinden arama ve aranma devri başlıyor. Güncelleme, sürücü tarafından telefon numarasının görünmesini istemeyen yolcular, "Bilgilerim" ekranı altında yer alan "Numaram görünmesin" seçeneğini işaretliyor. Böylelikle yolcular, VoIP teknoloji kullanılarak geliştirilen güncelleme sayesinde taksi şoförleriyle internet üzerinden görüşme yapabiliyor.

incir.com yatırıma doymuyor



Hasan Aslanoba

Türkiye'nin ilk sosyal e-ticaret platformu olma unvanına sahip incir.com, Hasan Aslanoba ve Kaan Karamancı'dan aldığı 3 milyon dolar değerindeki yatırımla hızlı büyümesine devam ediyor. Aldığı son yatırımla 57 milyon dolar şirket değerlemesine ulaşan incir.com, e-ticaret hacmi olarak her türlü ürünün satıldığı yatay e-ticaret siteleri arasında ilk 5, tüm e-ticaret pazarında ise ilk 10 marka arasında yer alıyor. Türkiye'nin ilk milyar dolarlık web girişimi olma hedefine sahip olan incir.com

2017 yılına kadar 50 bin e-ticaret mağazasına ulaşmayı ve ölçeklenmenin gücüyle daha da gelişen bir altyapıyla iş modelini yurtdışına taşımayı hedefliyor. incir.com'a üçüncü kez yatırım yapan Aslanoba Capital Yönetim Kurulu Başkanı Hasan Aslanoba "incir.com benim en çok heyecan duyduğum ve şu ana kadarki performansıyla en başarılı yatırımım oldu. İnanılmaz büyümesiyle ilk etapta Türkiye'de ve 2-3 sene içinde yurtdışına açılacak seviyede büyük bir başarı hikayesine doğru ilerleyen incir.com'un önümüzdeki 15-20 sene boyunca büyümesini hızla sürdüreceğine inanıyorum. Yurtdışına yapacağı açılımın başarılı olması halinde incir.com, Türkiye'den çıkmış en büyük ve en başarılı internet şirketi olacak" dedi.

HER YERDE İLTİMAS. BONUS PLATINUM.

Bonus Platinum'la her yerde iltimaslı olmanın keyfini yaşarsınız. Alışverişlerinizden **% 50 daha fazla bonus** kazanmanın yanı sıra, seçkin restoranlarda size **özel indirimlerden** yararlanırsınız.

Bonus Platinum'un size sunduğu diğer **ayrıcılıklar ve ayrıntılı bilgi** bonus.com.tr'de.



Kredi Kayıt Bürosu verileri artık double kontrollü!



Cenker
Özhelvacı

Kredi Kayıt Bürosu ile uluslararası bilgi hizmetleri şirketi Experian, Türkiye'de bugüne kadar gerçekleştirilmiş en kapsamlı veri kalitesi ve veri yönetimi projesine imza atıyor. Proje sayesinde gerçekleştirilecek

iyileştirmelerle veri kalitesi artacak ve bankaların daha doğru kredi kararı vermesi sağlanacak. Projeyle Kredi Kayıt Bürosu, veriler geldikçe istatistikî yöntemlerle otomatik kontrollü yapacak, ardından bankalara düzeltme için çağrıda bulunacak. Kredi Kayıt Bürosu'nun ürettiği tüm ürünler veriye dayandığı için de Kredi Kayıt Bürosu'nun ürettiği ve üreteceği her ürünün doğruluğu, tutarlılığı ve güvenilirliğine ek fayda sağlanacak. Experian Balkanlar, Türkiye ve Ortadoğu Bölge Başkanı Cenker Özhelvacı, bankaların Kredi Kayıt Bürosu'na sağladıkları müşteri verilerinin kalitesinden emin olması gerektiğini vurgu-

luyor ve yanlış, eksik ya da eskimiş verilerle geliştirilen tahmin modellerinin performansı etkilendiğine dikkat çekiyor. Experian ekonomiyi, bankaları, dolayısıyla bankacılık hizmeti ve özellikle kredi kullanan tüm bireyleri etkileyen bu durum karşısında harekete geçen Kredi Kayıt Bürosu'na, İngiltere, Amerika gibi kredi hizmetleri alanında gelişmiş ülkelerde edinmiş olduğu veri yönetimi ve veri kalitesi tecrübesiyle destek sunacak. Experian'ın verdiği danışmanlığın ardından kurallar ve kontrol mekanizması belirlenecek, bu kontrol mekanizması sayesinde bankalarla tekrar iletişim sağlanarak hataların düzeltilmesi teşvik edilecek.

BOYNER, 10 MİLYON MÜŞTERİSİNE PARACIK DAĞITACAK

Boyner Grubu'nun yeni icadı Hopi, akıllı telefonlar üzerinde çalışan bir alışveriş uygulaması. Tüketiciler, bu uygulamayı telefonlarına indirerek alışverişlerini yapabiliyor. Kullanıcılara tercih, alışkanlık ve beklentilerine uygun ürün ve kampanya önerilerinde de bulunacak olan platform, "Paracık" adlı ödül-puan sistemiyle müşteri sadakatini artırmayı hedefliyor. Hopi'de şimdilik 30'u aşkın marka bulunuyor.

Yeni uygulamanın tanıtım toplantısında konuşan Cem Boyner, Hopi'nin sadece Türkiye değil dünyada benzeri olmayan yeni bir icad olduğunu söyledi. Boyner, Hopi'yi

perakende sektörünü kökten dönüştürecek, piyasayı canlandıracak yeni bir icad, yeni bir iş ve alışveriş modeli olarak gördüklerinin de altını çizdi.

Boyner Grup mağazalarından alışveriş yapan 16 milyon müşteriden yaklaşık 10 milyonunda akıllı telefon olduğunu söyleyen Cem Boyner, bunun şirketler için yeni bir büyüme ve verimlilik alanı olduğunu düşünüyor.

Hopi'nin üyeleri arasında Altınbaş, Altınyıldız Classics, Avis, Banana Republic, Beymen, Beymen Club, Beymen Business, Bimeks, Boyner-YKM, BP, Budget, Divarese, Digi-

Türk, Dry Center, Fabrika, Finspor, GAP, İDO, Joker, Kahve Dünyası, Marks&Spencer, Morhipo, MNG Kargo, Network, Opmar Optik, Migros, Port Vale, Que, Silk&Cashmere, Turkcell ve Yargıcı bulunuyor.

Hopi müşterileri, tercih ve alışkanlıklarına uygun cazip kampanya ve teklifleri ceplerinden takip edebilecek. Markalar da hedef kitlelerine uygun ürün ve teklifleri buldukları her yerden haber verebilecek. Yıl sonuna kadar mobil ödeme, fotoğrafla ürün arayabilme, "Benim Olsa" listesi oluşturma ve sevdikleriyle paylaşabilme gibi yenilikler de sisteme dahil edilecek.



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



► FİNANSAL İNOVASYON GURUSU BRETT KING İSTANBUL'A GELİYOR

Küresel finans kuruluşlarının strateji danışmanı, fütürist ve Voice America radyo kanalında her ay 9 milyondan fazla dinleyiciye ulaşan "Breaking Bank\$" programının yapımcısı ve sunucusu, finans gurusu Brett King, ekim ayında ödeme dünyasının çözüm sağlayıcısı Cardtek'in davetlisi olarak Türkiye'ye geliyor. Bu yıl yedincisi düzenlenecek CardSmart Bosphorus konferansına yıldız konuşmacı olarak katılacak Brett King, mobil ödemeleri bankacılık altyapısına entegre eden ve "oyunlaştırma" tabanlı para yönetim sistemini içeren indirilebilir banka hesabı "Moven" uygulamasının da kurucusu.

Finans ve mobil bankacılık ödeme sistemlerindeki son gelişmelerin yanı sıra dönüşen bankacılık ve iletişim araçlarının müşteri davranışlarında yarattığı değişimlerin "Transactions of Future" ana temasıyla irdeleneceği CardSmart Bosphorus, 15 Ekim'de Steigenberger Maslak Istanbul Hotel'de bankacılık ve dünya ödeme teknolojilerinin dev markalarını buluşturacak.



Brett King



akıllı
kenTT

► Türk Telekom'un 'Akıllı KenTT' hedefi 81

Türk Telekom Grubu'nun başlattığı entegre akıllı şehirlerle dijital dönüşüm hareketi kentlere güvenlik, verimlilik, ekonomi, çevresel duyarlılık ve yaşam kalitesi gibi hedefler doğrultusunda çözümler sunuyor. Bu çözümler şehirde su, enerji ve işgücü gibi kaynaklarını daha etkin ve verimli şekilde kullanmayı, yatırım maliyetlerini azaltmayı, yeni gelir ve istihdam alanları oluşturmayı, trafik ve park sorununu çözümlenmeyi, suç oranını düşürmeyi ve kayıp sayısını azaltmayı mümkün kılıyor.

Bu anlamdaki ilk entegre projeyi Karaman'da hayata geçiren Türk Telekom Grubu, 'Akıllı KenTT' çözümlerini diğer illerde de uygulamaya başladı. 'Akıllı KenTT' uygulamaları 7 ilde daha enerji tasarrufu, akıllı güvenlik sistemleri, internet servisi, trafik ve park çözümleri gibi pek çok konuda önemli kazanımlar sağlıyor. Ankara, Bursa, Mersin, Gaziantep, Tokat, Çorum ve Bolu'da yerel yönetimler, altyapısı Türk Telekom Grubu tarafından sağlanan 'Akıllı KenTT' uygulamalarından faydalanmaya devam ediyor.

Dijitalleşme adımlarını, kamu hizmetlerine ve şehir hayatına taşıdıklarını belirten Türk Telekom Grubu Strateji ve İş Geliştirme Genel Müdür Yardımcısı Hakan Dursun, "Akıllı şehirlerin olmazsa olmazı fiber altyapı. Türk Telekom Grubu olarak Türkiye'nin her köşesine ulaşan 194 bin kilometrelik fiber ağımla öncü konumdayız ve akıllı şehir teknolojilerini tüm Türkiye ile buluşturmaya hazırız. Türkiye'nin 2023 hedefleri doğrultusunda bilgi toplumu olma yolunda attığı adımlarda akıllı şehirler kritik bir rol üstlenecek. Türk Telekom Grubu olarak 'Akıllı KenTT' uygulamalarıyla yarattığımız ekonomik kazanç ve dinamizm, ülke ekonomisine önemli bir katkı sağlayacak. Karaman'da başlattığımız akıllı şehir atılımını Türkiye'nin tüm illerine yayacağız. 81 'Akıllı KenTT'imiz olacak. Türkiye ekonomik ve çevresel olarak büyük kazanımlar sağlayacak" diyor.



Hakan Dursun



payShield 9000

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

THALES HSM ÇÖZÜMLERİ, GÜVENLİ VE KESİNTİSİZ HİZMET GARANTİSİYLE...

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

Thales Ürün Avantajlarımızdan Faydalanmak İçin: 0850 277 67 67

HSM@cardtek.com

www.cardtek.com

World Finance, Türkiye Finans'ı bu yıl da ödüllendirdi

Derya Gürerk



World Finans dergisinin 2007 yılından bu yana düzenlediği World Finance Awards, gelişen pazarlarda yenilikçi uygulamaları ödüllendirmeyi sürdürüyor. Nitekim Türkiye Finans da World Finance Awards 2015'te üçüncü kez ödül alarak "Türkiye'nin En İyi Katılım Bankası" oldu.

Katılım bankacılığının Türkiye ekonomisi ve bankacılık sektörünün üzerinde bir büyüme sergileyerek son yıllarda güçlü atımlar gerçekleştirdiğini vurgulayan Türkiye Finans Genel Müdürü Derya Gürerk, ödülle ilgili şu değerlendirmeyi yaptı:



"Güçlü büyüme potansiyeline sahip katılım bankacılığı, gerek şubeleşme çalışmaları gerekse yeni ürünlerle daha geniş kitlelerle ulaşarak büyüme ivmesine hız kazandırdı. Biz de Türkiye Finans olarak sektörün büyümesi ve gelişmesi için önemli bir rol üstleniyoruz. İstikrarlı ve sürdürülebilir büyüme performansımız, uluslararası sektör

profesyonelleri tarafından yakından takip ediliyor. Son yıllarda aldığımız ulusal ve uluslararası ödüller bu başarının göstergesi. World Finance Awards'tan bu yıl üçüncü ödülümüzü alarak Türkiye'nin En İyi Katılım Bankası olduk. Başarı performansımızın göstergesi olan bu ödüller bankamız için gurur tablosu oluşturuyor."

VERIFONE, PERAKENDECİLERİN APPLE'İ OLACAK

Gıda perakendesinin geleneksel buluşma noktası "Yerel Zincirler Buluşuyor 2015 Konferansı", 15-16 Nisan'da İstanbul Haliç Kongre Merkezi'nde düzenlendi. Bu yıl "teknoloji" temasıyla düzenlenen Yerel Zincirler Buluşuyor (YZB) organizasyonu gıda perakendesine ürün ve hizmet sağlayan üretici ve tedarikçi firmalarla yerel zincir marketleri bir araya getirerek işbirliği kanallarını güçlendirmeyi amaçlıyor.

Verifone Türkiye, Güney Doğu Avrupa ve Rusya Genel Müdürü Onur Altınbaş, konferansın ikinci gününde yaptığı konuşmada, gıda perakendesi ve bu sektörün tedarikçilerine ödeme sistemleri alanındaki en son teknolojilere ilişkin bilgiler verdi. Altınbaş, tüketici beklentilerinden dolayı perakendecilerin geldikleri bu noktada "tedarikçilerin beklediği koşulların" da değiştiğini özellikle ifade etti. Bu nedenle perakende tedarikçilerinin çözüm üretirken, daha yenilikçi ve bu beklentileri karşılayan teknolojilere odaklanmaları gerektiğini ifade etti. Altınbaş, Verifone'un özellikle



Onur Altınbaş

perakende sektörüne ilişkin inovatif çözümlerini anlattı ve perakendecilerin Apple'ı olmayı amaçladıklarını vurguladı.

Ardından da Verifone'un tedarik zincirlerine ve gıda perakendesine sunduğu en önemli çözümlerden biri olan Apple Pay'e ilişkin bilgi verdi. ABD'deki her 10 perakende zincirinin 8'inin Verifone 'bulut' ödeme platformunu kullandığına dikkat çeken Altınbaş, "Bu iş

ortaklarımız Apple Pay'i uygulamaya almak için, hiçbir farklı işlem yapmaksızın sadece "bulut" ortamında bu teknolojiyi aktif hale getirerek, neredeyse eş zamanlı olarak müşterilerine bu servisi sunabiliyor. Aynı zamanda bu teknolojiyi 'bulut'a taşımamış olan perakende zincirleri aynı sistemi hayata geçirebilmek için 6 ila 12 aylık proje planları yaratıp başka alanlara kanalize edebilecek çok değerli inovasyon kaynaklarını bu projeye harcamak zorunda kalıyorlar. İşte tam da bu noktada, hangi projelerinizi iç kaynaklarla yönetip, hangi projeyi 'outsorce' edeceğinizi size fark ettiriyor" şeklinde konuştu.

VeriPark, Enova'nın tamamını satın aldı



VERIPARK

Finans devleri için dünya çapında bankacılık, sigortacılık ve emeklilik

projeleri geliştiren VeriPark, Türkiye'de Microsoft'un en yetkin SharePoint iş ortaklarından biri pozisyonunda bulunan Enova'yı bünyesine kattı. VeriPark CEO'su Özkan Erener, "Enova, VeriPark'ın portal ekosisteminde çok daha etkin çalışmalar yapacak. Özellikle insan kaynakları alanında kayda değer çalışmalar yürüten Enova'nın, VeriPark ürünleriyle beraber çok daha kolay ulaşılabilir çözümler sunmak konusunda rakipsiz bir noktaya gelmesini hedefliyoruz" diyor.

eInova:

2000 yılının başlarından bu yana kurumsal intranet portalleri, internet ve extranet portal çözümleri, kurum

içi doküman yönetimi, iş süreçlerinin geliştirilmesi, kurumsal uygulama entegrasyonu ve kurumların ihtiyaçlarına yönelik özel yazılım geliştirme konularında faaliyet gösteren Enova, aynı zamanda Microsoft'un önde gelen iş ortaklarından biri konumunda. Ağırlıklı olarak özel sektör kuruluşlarına hizmet veren Enova, aynı zamanda Almanya, Fransa ve Azerbaycan'a da açılarak gerçekleştirdiği danışmanlık hizmetleri ve projelerle faaliyetlerini yurtdışında da sürdürüyor.

★ *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!

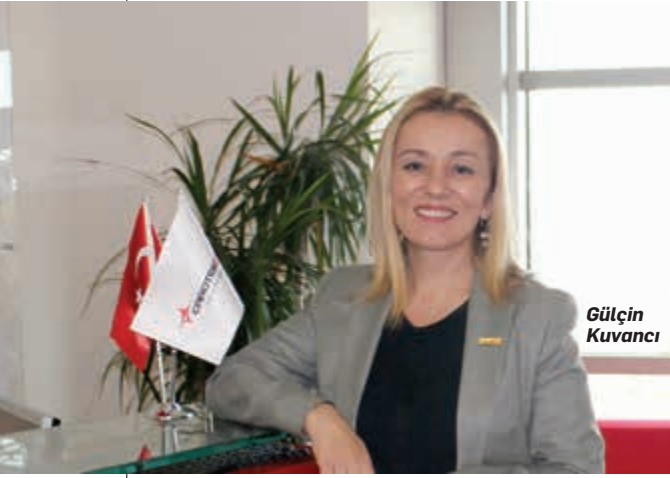
*Nakit çekim şeklinde olmayıp, POS üzerinde yapılan alışverişlerde geçerlidir. En yüksek limit 2.000 TL olup 30 gün vade ile verilebilir ve bankanın belirlemiş olduğu kriterlere uygun şekilde kullanılabilir. Ayrıntılı bilgi için: 444 0 123 ve www.kuveytturk.com.tr



KUVEYTTÜRK
SAĞLAM BANKACILIK



AZERBAYCAN'A DEMİR ATTI



Gülçin
Kuvancı

Demirbank Azerbaycan, ödeme sistemleri altyapısını, Cardtek'in amiral gemisi SmartSoft'un yazılımlarıyla yeniliyor. Bu anlaşmayla Azeri bankası, müşteriye özel sadakat (loyalty) kampanyaları ve taksit uygulamaları sunmaya hazırlanıyor. Ayrıca tek kartla birden fazla para biriminden işlem yapabilecek online sisteme geçiyor. Halen 100 binin üzerinde banka kartına sahip olan Demirbank Azerbaycan, böylece müşteri bağlılığını artırmayı hedefliyor. Anlaşma çerçevesinde, Demirbank Azerbaycan'ın daha önce dışarıdan aldığı processing hizmetinin yerine SmartSoft'tun kredi ve banka kartları ile POS/ perakende yönetimi modüllerine geçiş sağlanacak. Demirbank Azerbaycan, müşterileri için anında kart basıp sunabilecek. Ayrıca müşterilerini daha hızlı POS'a bağlayabilecek, üye işyerleriyle ortak sadakat uygulamaları geliştirip daha hızlı ürün çıkarabilecek. Banka, bankacılık altyapısını projenin diğer iş ortağı olan SAP sistemiyle yenileyip daha modern bir sisteme de geçiş yapacak.

SmartSoft Genel Müdür Yardımcısı Gülçin Kuvancı, projeye ilgili şu değerlendirmeyi yaptı: "SmartSoft olarak Bakü ofisimizle, Azerbaycan finans sektörüne ödeme çözümleri konusunda lokal destek veren tek firmayız.

Ülkede lokal ekip bulundurup anında oluşabilecek ihtiyaçlara yanıt vermek buradaki bankalar için büyük avantaj sağlıyor. Böylece bankalara ödeme yazılımlarını çok hızlı adapte edebiliyor ve en yenilikçi teknolojileri kısa sürede devreye alıyoruz. SmartSoft ürünleri Azerbaycan'da loyalty, kampanya ve taksit uygulamalarının zenginliğiyle tercih ediliyor. Sistemimizin online çalışıyor olması; ekstre, muhasebe, komisyon ve ücretlendirme gibi tüm kartla ilgili sistemlerin kart paketimizden yönetilmesi Demirbank müşterileri için memnuniyet yaratacak. Demirbank Azerbaycan kart sahipleri tek bir kartla dünyanın hangi ülkesinde olursa olsunlar alışverişlerini o ülkenin para birimiyle ödeme yapabilecek."



Türkiye'deki HCE lansmanı New York'ta başarı hikayesi oldu

15 Nisan'da New York'ta düzenlenen HCE Zirvesi'ne Türkiye'den katılımlar oldu, bir Türk konuşmacı da sunum yaptı. Metamorfoz'un TEB ve Visa ile işbirliği halinde yaptığı HCE (Host Card Emulation) lansmanı, Polonya ve Kanada'da hayata geçirilen lansmanlarla birlikte dünya genelinde uygulamaya başlamış 3 başarı hikayesinden biri olarak sunuldu.

Metamorfoz ICT Genel Müdürü Ergi Şener, TEB'in bu yeni uygulamasını anlatan bir sunum yaptı. Şener, Metamorfoz'un HCE Zirvesi'ne sunum yapmak üzere davet edilen tek Türk firması olduğunu vurguladı.

Eğitim videolarında animasyon imzası

Bankacılık ve GSM başta olmak üzere çalışanlarının ve müşterilerinin eğitimine önem veren şirketlerin rakiplerinin bir adım önüne geçerek pozitif farkındalık yarattığı gözleniyor. Teknolojinin gelişmesine paralel, durağan olan hiçbir şeyin ilgi görmediği bugünün dünyasında yapılan e-learning videolarının da daha dikkat çekici olması gerekiyor. Bu eğitim videolarının görsellerinin de konuyla pekiştirici videoların hazırlanarak sunulmasını kaçınılmaz kılıyor. Önce PowerPoint gibi programlarda hazırlanan amatör çalışmalar yerini hızla profesyonelce hazırlanan eğitim videolarına bırakıyor. Bankalar ve GSM şirketleri için hazırladığı 100'ü aşkın eğitim videosuyla sektörün en

tecrübeli firmalarından biri olan D7, farklı sektördeki şirketlere yaratıcı ve yenilikçi hizmet sunarak şirketlerin çalışmalarına yeni bakış açıları kazandırıyor.

Kendi alanlarında uzman ve tecrübeli kişilerin bir araya gelmesiyle oluşan D7, 2009'dan itibaren sektörlerinde öncü kurumsal firmalarla çalışan bir yapı ve animasyon şirketi. Reklam ve tanıtım filmlerinden marka yönetimine, klip, lansman çalışmalarından mobil e-learning filmlerine kadar geniş bir yelpazede hizmet veren D7, 2012'den itibaren e-learning ve mobil e-learning çalışmalarına hız vermiş durumda.



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



THALES



verisoft

► Fibabanka'da KOBİ'ler de cep'te



yazacakları tek bir kelimeyle istedikleri işlemlere hızlıca ulaşabilecek. Fibabanka mobil bankacılık uygulamasının bir diğer avantajı da KOBİ müşterilerine özel bir hizmet anlayışı sunması. İlk kez bir bankanın mobil uygulaması KOBİ'lere özel bir giriş opsiyonu sunuyor ve çek başta olmak üzere KOBİ'ye özel ihtiyaçlara cevap veriyor. Fibabanka müşterileri ayrıca, mobil bankacılık ana ekranından Fibabanka Çağrı Merkezi'ne ve Fibabanka sosyal medya hesaplarına da kolaylıkla ulaşabiliyor.

Fibabanka Perakende Bankacılıktan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Emre Ergun, "Fibabanka olarak, bankacılık

Kurumsal, ticari, KOBİ ve bireysel bankacılık alanındaki bankacılık hizmetlerini mobil bankacılığa taşıyan Fibabanka, böylece tüm müşterilerinin bankacılık işlemlerini her an, her yerden, mobil cihazlarıyla hızlı ve ücretsiz bir şekilde yapmasına imkan sağlayacak. Öte yandan, Fibabanka internet bankacılığı uygulamasında kullanılan "akıllı arama" seçeneği, mobil bankacılıkta da hayata geçirildi. Bu sayede Fibabanka müşterileri, Android ve iOS mobil cihazlarının ekranlarındaki arama çubuğuna

hizmetleriyle mobil teknolojileri bir araya getiren ve müşterilerimizin hayatını kolaylaştıran çözümler üretmeyi seviyor ve uyguluyoruz. Mobil bankacılık hizmetimizle yenilikçi ve hızlı bankacılık anlayışımızı daha da geliştirmiş olduk. KOBİ müşterilerimizin de kendilerini özel hissedecekleri bir platform oldu. Bundan sonra da teknolojik yeniliklerle müşterilerimize yeni hizmetler sunmaya devam edeceğiz" diyor.

TURKCELL SUPERONLINE'DAN ADANA ÇIKARMASI



Ceyhan Özata

Turkcell Superonline, Adana'da yaptığı yatırımlarla 1000 Mbps hızında internet hizmetini 140 bin ev ve işyerinin kapısına kadar ulaştırdı. Şehri 825 kilometre fiber ağıla donatan şirket, geleceğin TV platformu olarak gördüğü Turkcell TV Plus'ı Adana'da tanıttı. Turkcell Superonline Bireysel Satıştan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Ceyhan Özata, toplantıda yaptığı konuşmada, 2008 yılında Türkiye'yi geleceğin teknolojisiyle donatmak üzere fiber optik yatırımlarına başladıklarını ve ışık hızında interneti 2.1 milyon ev ve işyerinin kapısına kadar getirdiklerini belirterek; 2014 yılı sonuçlarına göre, 735 bini fiber kullanıcısı olmak üzere müşteri sayılarının 1.2 milyo-



na ulaştığını ve bugüne kadar Türkiye genelinde 2.7 milyar TL yatırıma imza attıklarını aktardı.

Adana'da şimdiye kadar kurdukları 825 kilometrelik fiber ağ ile 140 bin ev ve işyerinin kapısına kadar 1000 Mbps hızında internet hizmeti götürdüklerini de belirten Özata, 45 bin fiber internet müşterisine ulaştıkları şehirdeki fiber kullanıcılarının aylık ortalama veri tüketiminin yaklaşık 48 GB, ortalama hızın ise 27 Mbps olduğunu anlattı.

**EVİN
ZİRAAT'TEN**

**YENİ
EVİNİZİN
KREDİSİ
BU ADRESTE**

www.evinziraatten.com



Müşteri İletişim
Merkezi

www.ziraatbank.com.tr



Ziraat Bankası

Bir bankadan daha fazlası



/ziraatbankasi

Tanju, Sergen'in golüne karşılık verebilecek mi?

Yeni nesil ödeme kaydedici cihazlar pazarının iddialı oyuncusu Vera Delta, Türk futbolunun efsane isimleri Sergen Yalçın, Rıdvan Dilmen ve Tanju Çolak'ı ilk kez bir reklam filmi için bir araya getirdi. Film, hem ünlü isimler hem de esprili yaklaşımıyla dikkatleri çekiyor.

Reklamda Sergen, yeni bir iş kurmaya karar veriyor ve ilk olarak da kendine bir Vera Delta yazarkasa POS cihazı alıyor. Yeni işyerini ziyaret eden Rıdvan'ın şaşkınlığı üzerine Sergen, Vera Delta'nın özelliklerini anlatmaya başlıyor...

Filmin sonunda ise tıpkı Sergen gibi Tanju'nun da yeni bir iş kurmaya karar verdiğini, henüz "kiralık" tabelası sökülmemiş aynı mekana talip olduğunu, üstelik tezgahdaki Sergen'in yazarkasa POS cihazını da "sahiplenerek", "Sadece Vera Delta yeter" dediğini öğreniyoruz...

Sergen'in anlık değişimlerle bir anda eczacı, otoparkçı, garson, bakkal olduğu reklam filminde özellikle tiyatro oyuncusu olarak sahnede futbol topuyla Hamlet oynadığı sahne dikkat çekiyor...

Vera'nın da bünyesinde bulunduğu MT Grup'un Yönetim Kurulu Başkanı Murat Sancak, başta futbol olmak üzere sporun çeşitli dallarına olan tutkusuyla da biliniyor. İşte Sancak bu tutkusundan yola çıkarak bir ilki gerçekleştirmiş ve Türk sporunun efsane üçlüsünü Vera Delta reklamında bir araya getirmiş oldu.

Vera Delta, reklam filminin yayınlanmasıyla birlikte hızlı bir kampanya dönemini de başlattı. Söz konusu kampanyaya göre yeni nesil yazarkasalar 1100 TL + KDV fiyatıyla satışa sunuldu.



Murat Sancak

"YAZARKASA POS İLE CARİ AÇIĞI KAPATABİLİRİZ"

Vera Delta ile dünyada ilk olan ve tek bir elektronik mimari içinde birbirinden bağımsız iki farklı teknolojinin, yazarkasa ve POS işlemlerinin bir arada kullanılmasına imkan sağlayan bu entegre sisteme yatırım yaptık. Projeye başlarken ülke ekonomisine sağlayacağımız katma değer ve ayrıca dünyaya göstereceğimiz başarı örneği heyecanımızı artırdı ve azmimizi daha da güçlendirdi. Hummalı ve özenli çalışmamızın sonunda geldiğimiz bu noktada üstün teknoloji ürünü olan ve yüzde yüz Türk mühendisleri tarafından geliştirilen EFT POS özellikli yazarkasa Vera Delta dünya çapında tarih yazmaya devam edecek. Ürünümüz dünya markası olabilecek nitelikte. Şu anda EFT POS özellikli yeni nesil yazarkasa piyasasında dünyaya öncülük eden ülke konumundayız. Dünya çapındaki esnaf sayısını hesaplayın. Bu ürünü doğru pazarlamayla satabilirseniz Türkiye'nin cari açığını kapatırsınız. Evet, kendi otomobilimizi yapalım ama dünyada otomobil var. Hatta çok sayıda firma tarafından üretiliyor. Ancak dünyada yazarkasa ile POS'un entegre olduğu başka bir cihaz yok. Bu fırsat kaçmamalı.



“Bizim için ayrıcalıklısiniz çünkü **ihtiyacınız, önceliğimiz.**”

Mobil uygulamamız
ile her zaman yanı başınızdayız.



2016'da Silikon Vadisi'nde 2020'de NASDAQ'da olacak

Türkiye'nin lider ödeme sistemleri entegratörü Cardtek, şu sıralar bir yeniden yapılanma sürecinden geçiyor. Aslında bu yönetsel değil markaları yeniden isimlendirme (rebranding) anlamında bir yapılanma. Yani artık grup markaları SmartSoft, CredoWork Phaymobile, CordisNetwork ve Cardtek Academy; faaliyet alanları doğrultusunda sırasıyla "Cardtek Payment Solutions", "Cardtek Mobile & EMV Solutions", "Cardtek Payment Processing Services", "Cardtek Hardware Solutions" ve "Cardtek Professional Services" unvanlarını aldı. Kısacası bundan böyle tüm şirketler "Cardtek" ana markası altında iletişim faaliyetlerini sürdürecektir. Cardtek Genel Müdürü Murat Göksenin Güzel'le hem bu yeniden yapılanmayı hem de grubun yeni strateji, plan ve hedeflerini konuştuk...

Önce bilmeyenler için kısaca Cardtek'in faaliyet alanlarını, hizmet verdiği kesimleri anlatabilir misiniz?

Ödemeler dünyasını, genel olarak bankacılık-finans, mobil, e-ticaret/m-ticaret, kamu, akıllı şehir ve perakende olmak üzere 6 bölüme ayırabiliriz. İşte Cardtek olarak Türkiye'de, ödemeler dünyasının bu tüm bölümleri için çözüm üretebilen tek firmayız. Hatta dünyada bile bu ölçüde bir rakibimizin olmadığını söyleyebilirim.

Peki marka anlamında neden bir yeniden yapılanma ihtiyacı duyduunuz?

2001 yılında SmartSoft olarak kurulan ilk şirketimiz sonrasında, ödeme dünyasının niş alanlarında hizmet vermek üzere yeni şirketlerimizle büyümeye devam ettik. Ancak şirketleş-

Cardtek, Ar-Ge için Türkiye'yi, üretim için ABD'yi, müşteriye göre özelleştirme için de Hindistan'ı merkez belirledi. Grup, 3 yıl içinde ihracatın cirodaki payını yüzde 70'e ulaştırmayı, 5 yıl içinde de hisselerini dünya teknoloji borsası NASDAQ'a kote etmeyi planlıyor. Cardtek Genel Müdürü Murat Göksenin Güzel, "Nihai hedefimiz dünyanın teknoloji üreten ilk 5 şirketi arasına girmek" diyor...

ABDULLAH ÇETİN - acetin@psmmag.com

me sürecine paralel hızlı büyüme, istemeden de olsa marka ailemizin fertlerini aynı ailenin bireyleri gibi hissedilmekten uzaklaştırmıştı. Cardtek Group çatısı altında farklı markaların kamuoyu gözünde kolay algılanamaması kafaları biraz karıştı. Yurtdışı yeni pazarlar ve dünyadaki büyümemiz devam ederken, kurum kimliğimizi ve marka imajımızı doğru konumlandırmanın hayati önemini biliyorduk. Tüm şirketlerimizi tek marka altında konumlandırarak gelecek adına önemli bir adım attık. Cardtek Group bünyesindeki şirketler, ödeme teknolojilerinde faaliyet gösterdiği tüm ülkelerde 2015 yılının ikinci çeyreğinden itibaren gerçekleştirecek isim değişikliğiyle "Cardtek" markası altında hizmet vermeye devam edecek. Yeni markamızın bize verdiği enerjiyle gücümüze güç katacağız.

Cardtek'te kaç kişi çalışıyor? Nerelerde faaliyet gösteriyorsunuz?

Yüzde 70'i mühendis olmak üzere 310 çalışanımız var. 5'i teknoparklarda (İstanbul, Kocaeli, Ankara, Samsun, İzmir) olmak üzere Türkiye'nin 6 bölgesinde, yurtdışında ise 6 ülkede ofis açtık. Chicago, New York, Toronto, Dubai, Mumbai (Bombay) ve Bakü'nün ardından 2016 yılında ABD San Jose'deki Silikon Vadisi'nde de ofis açmayı planlıyoruz.

Faaliyetler açısından bakıldığında, bu bölgeler arasında nasıl bir yapılanma var? İleride nasıl bir dağılım planlıyorsunuz?

İsrail'e teknoloji ihraç eden ilk Türk firması olduk. 2020 Dünya Kupası için Katar hükümetiyle görüşüyoruz...

Ar-Ge merkezimiz şu anda İstanbul'da. Silikon Vadisi'nde ofis açacağız ama "beyin" Türkiye'de olacak. Üretimi Amerika'da kuruyoruz. Ürün ve hizmetlerin müşterilere göre özelleştirilmesi yani uyarılma ise Hindistan'da olacak. Bunu şöyle açıklayabilirim: Arabayı Türkiye'de tasarlayıp Amerika'da üretecek, kaportasını ve montajını da Hindistan'da yapacağız.

Cironuzda ihracatın payı ne durumda? Bu konuda gelecek planlarınızı öğrenebilir miyiz?

Cumhuriyetimizin 100'üncü yılında Türkiye'yi dünyanın en büyük 10 ekonomisinden biri yapma hedefiyle ihracata ağırlık veriyor ve bir Türk markası olarak yurtdışına ihracat yapıyoruz. Dünyaya teknoloji ihraç ediyoruz. İhracat yaptığımız ülkeler arasında ABD, Fransa, İtalya, Almanya, İsrail, Nijerya, Kanada, Filipinler, Hindistan, Güney Afrika, Polonya, Azerbaycan, Çek Cumhuriyeti, Suudi Arabistan, Moldova ve Yunanistan yer alıyor. İsrail'e teknoloji ihraç eden ilk Türk firması olduk. Vatikan'ın, Papa'nın kartlarını basık. Kanada halkının cüzdanındaki kartlarda yine Cardtek imzası var. 2020 Dünya Kupası için Katar hükümetiyle görüşüyoruz.

2014 yılında ciromuzun yüzde 30'u ihracattan kaynaklandı. Bu yıl bu oranın yüzde 40'a yükselmesini bekliyoruz. Önümüzdeki 3 yıl içinde ise ihracatın payının yüzde 70'e ulaşmasını planlıyoruz.

Son dönemlerde gerek Kuzey, gerek Orta gerekse Güney Amerika'nın yanı sıra Hindistan'daki girişimlerinize dikkat çekiyorsunuz. Bu bölgelerde neler yapıyorsunuz?

Sadece bu bölgelerde değil Avrupa'da da etkin bir komundayız. Örneğin, ödeme sistemlerinin parlayan yıldızı Polonya'da MasterCard'la işbirliği halinde geliştirdiğimiz projeler var. Macaristan'da mobil projeler geliştiriyoruz. İtalya'da, İngiltere'de akıllı ulaşım çözümleri üzerinde çalışıyoruz. Hollanda'da da ayrıntılarını şimdilik açıklayamadığımız büyük bir proje üzerinde çalışıyoruz.

Başta Azerbaycan, Birleşik Arap Emirlikleri ve Suudi Arabistan olmak üzere yakın bölgelerimizde kart çözümlerinde çok iddialıyız. Dubai'de birçok bankada kart basım sistemleri üzerindeki Cardtek yazılımıyla hızlı ve güvenli çözüm üretiyor. Azerbaycan'daki 8 bankada ürünlerimiz kullanılıyor. Azerbaycan'da ilk taksitli kredi kartı uygulamasında çözüm ortağı olduk. Başta Suudi Arabistan olmak üzere Ortadoğu ülkelerini sadakat uygulamalarıyla tanıştırıyoruz. Bu bölgede taksitli alışveriş anlamında da büyük potansiyel var. Türkiye'nin bu konulardaki tecrübesini yurtdışına taşıyoruz.

Amerika'ya gelirse, kuzeyde EMV (Europay, MasterCard, Visa) uyumu ve chip & PIN geçişine yoğunlaşmış durumda. ABD'nin en büyük kart processing firmasıyla birçok bü-



Murat Göksekinin Güzel

yük bankanın EMV altyapısını oluşturmak üzere çalışmalar yapıyoruz. ABD'de EMV geçişiyle birlikte toplu ulaşım da temassız, akıllı ulaşım projeleri için adımlar atılıyor. Las Vegas, Los Angeles, New York ve Chicago dahil 9 eyaletteki metrolar için akıllı ulaşım ihaleleri açılıyor. Bu ihalelerle ilgili büyük oyuncularla iletişim halindeyiz.

Güney Amerika'da ise Kolombiya'daki iş ortağımızla birlikte bölgede her geçen gün büyüyen ödeme sistemleri pazarından daha fazla pay almayı amaçlıyoruz.

Hindistan'da ulaşım ile başlayan faaliyetleriniz bankacılık, kartlı ödemelere doğru genişliyor gibi... Bu alandaki planlarınız nedir?

Türkiye ödeme sistemlerinde dünyanın en yenilikçi ülkelerinden biri. Biz de bu sektörün en güçlü çözüm sağlayıcısı olarak Hindistan'ın ödeme sistemleriyle ilgili tüm spesifikasyonlarını yapıyoruz. Ülkemiz akıllı ulaşım konusunda epey mesafe kay-



Milli kart projesi kapsamında Hindistan hükümetine danışmanlık yapıyoruz. Ülkenin kartlı ödeme sistemlerinin tüm spesifikasyonlarını biz yazıyoruz.



detti. Biz de Cardtek olarak toplu ulaşım, elektronik ücret toplama çözümlerimizle ülke çapındaki birçok projede yer alıyoruz. Pek çok il ve ilçenin kartlı ulaşımında bizim çözümlerimiz kullanılıyor. Keza Passolig kartlarının ödeme sistemleriyle entegrasyonunda da Cardtek'in imzası bulunuyor.

İşte bu deneyim ve tecrübemizi Hindistan'a da taşımış ve Bangalor şehrindeki 8 milyon yolcunun ulaşımını kağıt bilet yerine ön ödemeli kartla yapmalarını sağlayan büyük bir toplu ulaşım projesinde iş ortağı olmuştuk. Ardından Hindistan'ın önde gelen telekomünikasyon şirketi ABIBA Systems ile mobil ödeme çözümleri sunmak üzere bir işbirliği anlaşması imzaladık. Bu ortaklıkla Asya Pasifik, Ortadoğu, Amerika ve BDT bölgelerine hizmet sunmayı amaçlıyoruz. Şimdi de Hindistan'da kredi kartları konusunda büyük bir adım atıyoruz.

Hindistan, kartlı ödemelerde EMV geçişini başlattı. Bu konuda devletin ilgili kurumunun danışmanı olduk. Milli kart projesi kapsamında Hindistan hükümetine danışmanlık ya-

pyoruz. Ülkenin kartlı ödeme sistemlerinin tüm spesifikasyonlarını biz yazıyoruz.

Küresel anlamda baktığınızda Cardtek'in geleceğini nasıl görüyorsunuz?

Şu anda 5 kıtaya hizmet veriyoruz. Ana hedefimiz, dünyanın teknoloji üreten ilk 5 şirket arasında yer almak. Önümüzdeki 5 yıl içinde Cardtek hisselerini NASDAQ teknoloji borsasına kote etmeyi planlıyoruz.

Gündeminizde hisse satışı ya da stratejik ortaklık gibi bir konu var mı? Bu konuda bir danışmanlık şirketiyle anlaşmanız olduğunu biliyoruz...

Ortaklık ve satış konusunda teklifler her zaman geliyor ve değerlendiriyoruz. Ancak şirketimizin yüzde 100'ünü satmak gibi bir fikrimiz yok. Bizi büyütecek, gücümüze güç katacak stratejik işbirliklerine, ortaklıklara açığız. ☹



Cardtek, Hindistan ve Katar'da önemli işbirliklerine imza attı...



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



lokomotif oldu mobil ticaret uçuşa hazır!

Genç nüfusumuz teknolojik yeniliklere çok hızlı adapte oluyor. Mobil uygulamaları da çok sevdik. Gerekli ortam sağlanır, biraz da teşvik edilirse mobil ticaretin patlamasının önünde hiçbir engel yok. İşte BKM, düzenlediği cazip kampanyalarla bu büyümenin de lokomotifliğini üstleniyor...

K abul edelim, biz Türkler teknolojiyi çok seviyoruz. Üst modeli çıkar çıkmaz elimizdeki telefonu, tableti yenisiyle değiştirmekte hiç tereddüt etmiyoruz. Üstelik Cem Yılmaz'ın esprilerine konu ettiği gibi "kullanmakta taşmaktaki kadar maharetli olmadığımız" günler de geride kaldı. Farklı kaynaklardan gelen araştırmalar, bu teknoloji harikası mobil cihazları gayet iyi kullandığımız gibi, onlar üzerinden sunulan hayatı kolaylaştıran hizmetlerden de oldukça faydalandığımızı gösteriyor. Örneğin, bir araştırmaya göre mobil bankacılık kullanım oranının en yüksek olduğu ülke Türkiye... Mobil cihazları kullanarak yaptığımız alışverişin cirosu henüz birçok ülkenin gerisinde ama büyüme hızımız çok yüksek.

Payını her geçen gün hızla artıran ve çok değil 2018 yılında toplam e-ticaret cirosunun yarısına ulaşması beklenen mobil ticaret, sadece Türkiye'de değil tüm dünyada yükselen bir trend. Kuşkusuz bunda rekabet avantajı elde etmek isteyen perakendecilerin mobil ticaret yatırımlarının etkisi büyük. Ancak elbette arkasında güvenli bir ödeme sistemi olmayan bir ekosistemin anlamlı bir büyümesi beklenemez.

İşte Bankalararası Kart Merkezi (BKM) bu bilinç ve misyonla sürdürdüğü çalışmalarla mobil ticaretin gelişimine katkı sağlıyor. 1 Mayıs itibarıyla başlayacak son BKM Express kampanyası da bu doğrultuda atılmış önemli bir adım...

Yüzde 40 rekor indirim!

BKM Express'in son kampanyası, mobil alışveriş yapanlar için mayıs ayını deyim yerindeyse tam bir bahara dönüştürme iddiasında. Kampanya doğrultusunda, ulusal dijital cüzdan BKM Express ile yapılacak 50 TL ve üzeri ilk alışverişte ödemenin 20 TL'si iade ediliyor.

BKM, 1-31 Mayıs tarihleri arasında geçerli olacak kampanyayla mobil ticaretin yararlarına dikkat çekmek istiyor. Kurum, bir yandan da iletişim çalışmaları yürüterek mobil alışverişin gelişmesine hizmet ediyor.

Nereden aldın? Mobilden aldım

Kurulduğundan bu yana tüketicilere banka kartı kullanımının

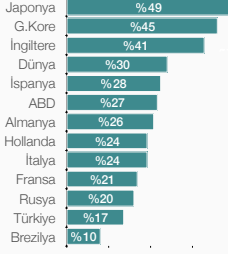
Mayıs ayı boyunca
ulusal dijital cüzdan BKM Express ile yapılacak
50 TL ve üzeri ilk alışverişte
ödemenin 20 TL'si iade ediliyor...



Dr. Soner Cankö

Online perakende mobilin payı

Türkiye'de online perakende mobilin payı %17'ye ulaştı



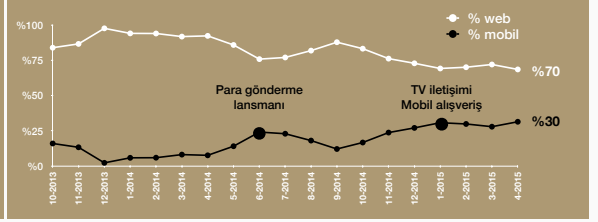
8

Mobil Alışveriş

Kullanıcılar alışverişlerinde mobil kanalları tercih ediyorlar

BKM Express İşlemlerinin Web ve Mobil Kırılımı

BKM Express işlemleri web + mobil



10

Türkiye'de online perakende mobilin payı yüzde 17'e ulaştı.

Türkiye'de online perakende mobilin payının 2017'de yüzde 30'a ulaşması bekleniyor.

sağlıklı bir ekonomi için önemini aktaran BKM, mobil ticaret uygulamalarının kullanımında da kamusal bilincin gelişmesine önem veriyor: Son dönemde başlatılan bu ve bunun gibi kampanyalarının yanı sıra farklı mecralarda sürdürülen iletişim çalışmalarıyla BKM, gerek BKM Express dijital cüzdan uygulaması gerekse mobil ticaretteki gelişmelerle ilgili tüketicileri bilinçlendiriyor. Bu amaçla birçok mecra ve iletişim metodu kullanılıyor. BKM; dergi ilanlarıyla, radyo spotlarıyla, internet filmleriyle bilgilendirme yaparken, Google Adwords kampanyaları, Facebook ve Twitter reklamları gibi araçlarla da kamuoyunun dikkatini mobil ticarete çekiyor. BKM'nin mobil ticaretin yaygınlaşması için yürüttüğü iletişim çalışmaları, bu mecra ve içeriklerle sınırlı değil. Dijital ve sosyal medya kullanımındaki başarısıyla da dikkat çeken kurum, son dönemde imza attığı "Alman usulü" adlı viral çalışmayla özellikle

gençlerin dikkatini çekmeyi başardı. Bankalararası Kart Merkezi Genel Müdürü Dr. Soner Cankö, mobil ticaretin sadece ticari alandaki inovasyon ve gelişmelerle değil, mobilin yararına yönelik toplumsal algının artışıyla mümkün olacağına dikkat çekiyor. Cankö bu noktada, BKM'nin çok yakında "Mobildenaldim.com" internet sitesini de kapsamlı bir mobil ticaret bilgilendirme mecrası olarak kullanıma açacağını söylüyor.

E-ticaretten aldığı pay artıyor

Peki mobil ticaret neden bu kadar önemli? Bir kere e-ticaretten aldığı pay giderek artıyor. BKM, halen yüzde 17 olan mobil ticaretin e-ticaretteki payının çok değil iki yıl içinde yüzde 30'a yükseleceğini öngörüyor. Çünkü son yıllarda akıllı telefon, tablet gibi taşınabilir cihaz sahipliği tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de hızla artıyor. 3G teknolojisi de bu cihazlara sahip olan herkesin

"MOBİL TİCARET ARTIK GERİ DÖNÜLMEZ BİR AŞAMA"



Dr. Soner Cankö
Bankalararası Kart Merkezi Genel Müdürü

Mobil ticaret artık ticaretin belirleyici ve geri dönülemez bir aşaması. Bu aşamanın tüketici ve perakendeci yararına daha hızlı ve güvenli bir şekilde gelişmesinde dijital cüzdan kullanımı belirleyici olacaktır. Mobil ödemeler mağaza içlerinde yaygınlaştıkça sepet tutarları da düşecek. Çok yakın bir gelecekte BKM Express işlemlerinin yarısından fazlası mobilden yapılıyor olacak. Türkiye'de mobil ticaretin geleceğine ilişkin somut katkı sağlamak ve altyapı gelişimini desteklemek BKM olarak misyonlarımız arasında. Son dönemde yaptığımız kampanyalar da bu amaca hizmet ediyor. Cepten cebe para gönderme de mobil ticaretin öne çıkan yararlarından biri. Örneğin BKM Express mobil uygulaması, para göndermeyi

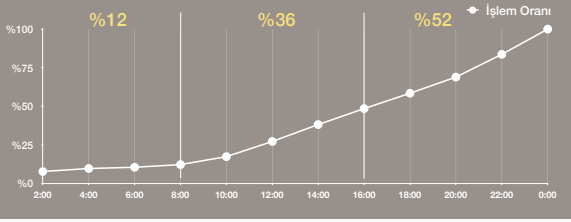
bütün formalitelerden ve uğraştırıcı aşamalardan kurtarıyor. Birine para göndermek için gereken TC kimlik numarası, hesap numarası, şube adı, şube kodu, IBAN gibi gereklilikleri ortadan kaldırarak hem sistem içindeki kullanıcılara hem de BKM Express sisteminde bulunmayan kullanıcılara bir cep telefonu numarasıyla para gönderebilmeyi sağlıyor. Üstelik EFT saat kısıtı olmadan ve 7 gün 24 saat. Sistemin sunduğu diğer bir alternatif de BKM Express dijital cüzdana sahip olanların cüzdanlarındaki kartlardan yine aynı kolaylıkla para göndermeyi mümkün kılması. İnternet alışverişlerinde kolay, hızlı ve güvenli ödeme olanağı sunan BKM Express, mobil ticaretin olanaklarıyla akaryakıt istasyonu, taksit, restoran ve perakende mağazalarında kasa kuyruğuna girmeden alışveriş yapmaya da olanak sağlıyor.

Mobil Alışveriş

Mobil alışverişler akşam saatlerinde hareket kazanıyor

BKM Express Mobil İşlemlerinin Saat Kırılımı

BKM Express mobil işlem saat kırılımı



BKM Express

11

Türkiye'de mobil alışverişler akşam saatlerinde hareket kazanıyor.

istediği yer ve zamanda internete erişimine olanak sağlıyor. Yazılım ve internet teknolojileri alanında faaliyet gösteren Inveon'un yaptığı araştırma, Türkiye'de dolaşım halindeyken yapılan mobil alışverişin yüzde 15'inin mesai saatleri öncesi ve sonrasında gerçekleştiğine işaret ediyor. Yani ev ve ofis dışında hareket halindeyken, çoğunlukla da toplu taşıma araçlarında... E-ticaretin toplam cirosunun 14 milyar TL olarak ifade edildiği aynı araştırmaya göre, mobil alışverişin bundan aldığı pay şimdilik 1.4 milyar TL. Mobil alışveriş içinde 3G bağlantısıyla dolaşım halindeyken yapılan alışverişin oranı ise yüzde 45. Bu da 630 milyon TL'lik ciroya denk geliyor. Aynı araştırmaya göre, özellikle işe gidiş ve işe dönüş saatleri olan 08.00-09.00 ile 17.00-18.00 arasında e-ticaret sitelerinden yapılan alışverişte yoğunlaşma dikkat çekiyor. Nitekim 630 milyon TL değerindeki alışverişin yüzde 15'i de bu saatlerde gerçekleşiyor.

Perakendeciler için fırsat yaratıyor

Monitise tarafından yapılan bir çalışmaya göre de Türkiye, mobil cihazlarla yapılan alışverişlerde Çin ve Birleşik Arap Emirlikleri'yle

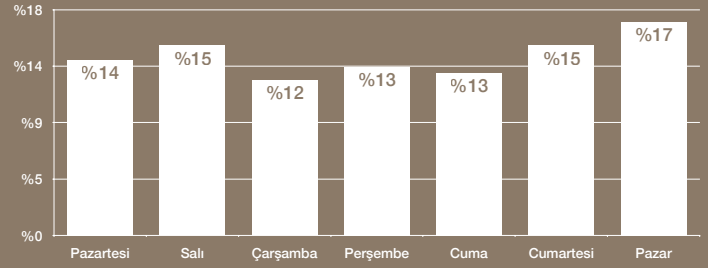
birlikte ilk 3 ülke arasında yer alıyor.

Dünyada ve Türkiye'de hızla yükselen bu yeni alışveriş trendi kullanıcıya sağladığı hız, kolaylık gibi yararların yanında perakendeciler için de önemli fırsatlar barındırıyor. Mobil ticaretin giderek yaygınlaşması, özellikle küçük şirketlere rekabet avantajı sağlıyor. Kısıtlı olanakları nedeniyle özellikle satış ve pazarlamada uluslararası şirketlerle rekabette zorlanan bu şirketler, mobil ticaret sayesinde gerek yerelde gerekse uluslararası alanda ticaret sistemine katılabiliyor. Ödeme süreçleri taşınabilir cihazlar üzerinden kolaylıkla tamamlanabildiği için küçük işletmelerin rekabet gücünü neredeyse maliyetsiz olarak artırıyor.

Kısacası, gelişen bu alanda farklılaşmak ve büyümek isteyen şirketler için mobil ticaret önemli bir fırsat olarak karşımıza çıkıyor. Bu alandaki yatırımlarını artıran şirketler kazançlı çıkarken, ticari araştırmalar ve uzman görüşleri mobil ticarete önem vermeyen şirketlerin kısa vadede kaybedeceğini öngörüyor. Bunun için mobil ticaret uygulamalarının geliştirilmesi önemli hale geliyor. Ancak mevcut e-ticaret sitelerinin de hızla mobil kullanıma uygun hale getirilmesi ve bu trende uyum sağlaması gerekiyor. ☹

Mobil alışverişler haftasonu öne çıkıyor

BKM Express Mobil İşlemlerinin Gün Kırılımı



BKM Express

Türkiye'de mobil işlemlerde hafta sonlarında artış gözlemleniyor.



Ingenico yazarkasa dönüşümüne erken başladı



Ingenico'nun yeni masaüstü cihazı iDE280, 2015 sonuna kadar değiştirilmesi zorunlu olan eski nesil yazarkasalara önemli bir alternatif sunuyor...

ingenico
GROUP

3 100 sayılı kanuna tabi işyerlerinin, 31 Aralık 2015 tarihine kadar eski nesil yazarkasalarını yeni nesil ödeme kaydedici cihazlarla değiştirmesi gerekiyor. Yasa doğrultusunda çıkarılan tebliğe göre, işyeri sahipleri EFT-POS kullanıyorsa bu cihazın mutlaka özel ve güvenli bir protokolle haberleşecek şekilde kabloyla yeni nesil yazarkasaya bağlanması gerekecek.

Öte yandan aynı tebliğ, masaüstü yazarkasaların EFT-POS özelliğine sahip olmasını ayrıca bir seçenek olarak da sunuyor. İşte bu seçeneği değerlendiren Ingenico, yazarkasa POS ürün gamını tamamlamak üzere masaüstü iDE280 cihazını geliştirdi. Kredi kartıyla ödeme anında PIN girişi, iDE280 veya PINPAD üzerinden yapılabilir.

iDE280'i tercih eden işyerleri, yazarkasa ve POS'lardan kaynaklanan cihaz kalabalığı yerine yazarkasa ve POS birleşik tek bir ürün kullanabilecek. Farklı marka EFT-POS'u bulunan işyerlerinin POS'larının yeni nesil yazarkasayla entegrasyonunu sağlayabilmek için teknik servis hizmeti alması gerekecek.

iDE280 masaüstü yazarkasa POS ile farklı marka EFT-POS'ların olası operasyonel sıkıntılarının da önlenmesi hedefleniyor.

"Pazarda yine fark yaratacağız"

Yazarkasa alanında yeni nesil EFT-POS özellikli seyyar ödeme kaydedici cihazı iWE280'nin yanı sıra masaüstü için de iDE280'i geliştiren Ingenico Group'un Türkiye ve Ortadoğu Genel Müdürü Alpay Sidal, "Ingenico olarak her zaman olduğu gibi kalitesi en üst seviyede ve esnafımızın uzun yıllar kullanabileceği yüksek teknolojiye sahip uluslararası güvenlik seviyesi PCI 4 olan bir cihaz tasarladık. Cihazımızın daha önce olduğu gibi yine pazarda fark yaratacağına inanıyoruz" diyor.

Hafızası dolmayan cihazlar 31 Aralık'a kadar kullanılabilir

Hali hazırda kullanılan eski nesil ödeme kaydedici cihazları, mali hafızaları dolmamişsa 31 Aralık 2015 tarihine kadar kullanılabilir. Tebliğe göre ayrıca, 1 Ocak 2014 tarihinden itibaren eski nesil ödeme kaydedici cihazlardan hafızası dolanların EKÜ değişimi de yapılmayacak. 31 Aralık 2015 itibarıyla ise eski nesil yazarkasaların tümünün yeni nesil yazarkasalarla değişimi zorunlu olacak. Yine tebliğe göre, masaüstünde çalışan EFT-POS'lar kablo üzerinden özel bir protokolle yeni nesil yazarkasalarla bağlantı kurabilecek.



Alpay Sidal



**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 saklanmasını güvence altına alıyoruz. Cordis4NET ödeme platformu regülasyonlara uyumlu ve global otoritelerden sertifikasyonlu alt yapısı ile sizi hem finansal hem de kanuni risklerden korur.

www.cardtek.com



HIZLI



GÜVENLİ



KOLAY



Çiftçinin halinden anlayan birileri var!

VakıfBank'ın yeni kurulan tarım bankacılığı ekibi, üretimden satışa her aşamada çiftçinin, üreticinin yanında olacak. Özel tarım skorlama sistemi TKYS ile 10 dakika içerisinde ihtiyaca göre limit belirleyebilen VakıfBank, 6 aya kadar faizsiz borç öteleme imkanı sunan Tarımkart'ı da yakında çıkarıyor...



VakıfBank, tarım bankacılığına hızlı bir giriş yaptı. Daha önce bu alandaki hizmetlerini “KOBİ bankacılığı” altında veren VakıfBank, 2014 yılının ikinci yarısında tarım bankacılığı için ekip oluşturmaya başlamıştı. Kısa sürede ekip üyeleri eğitildi, tarım bankacılığı için gerekli yazılım altyapısı tamamlandı ve banka bu alandaki müşterilerine hizmet vermeye başladı. Peki VakıfBank tarım bankacılığı ekibi nasıl çalışacak; çiftçiye, üreticiye ne gibi ürün ve hizmetlerin sunulmasını sağlayacak? İşte bu sayımızda VakıfBank Tarım Bankacılığı ekibini ziyaret edip Genel Müdür Yardımcısı M. Lütfü Çelebi ve ekibiyle tarım bankacılığının kuruluş sürecini ve bu alandaki hedeflerini konuştuk...

Tarım bankacılığının VakıfBank açısından gelişimini kısaca anlatabilir misiniz?

VakıfBank, tarımsal üreticilere her zaman destek veren bir banka oldu. Ancak yakın dönemde kurduğumuz birim ve ekiplerle, bunların yanı sıra kullandığımız değerlendirme sistemi, sektöre yönelik özel ürün ve çözümlerimizle üreticinin ihtiyacına cevap vermeye başladık.

VakıfBank'ın Türkiye çapında 23 bölge müdürlüğü var. Bu bölgelerden özellikle tarım kesiminin yoğun olduğu yerlerde görevlendirilen arkadaşlarımız, şubelerle birlikte müşteri ziyaretleri yapıyor ve tarım kesiminin finansal ihtiyaçlarını ve ne tür ürünler geliştirebileceğimizi analiz ediyor. Öncelikle bu kesimin ihtiyacı nedir, hasat dönemine uygun ödeme planları içeren ne tür ürünler geliştirebiliriz sorularına yanıt aradık. Kredi ve diğer destek ürünlerimizi hazırladık. 2014, hem müşterilerimizi tanıma hem de kendimizi tanıma yılı olarak geçti. Bu yılın başından itibaren bütçemizde bir hedef kalemi olarak tarım bankacılığı yer almaya başladı.

Sektöre özel çözümler üretmek için ihtiyaçları çok iyi analiz etmek için üreticiyle her ortamda bir araya gelmeye çalıştık. Bursa, Adana ve Antalya gibi büyük tarım fuarlarında stand açtık. Bu aktivitelere o bölgenin tarım potansiyeli yüksek şubelerinden çok sayıda arkadaşımız katıldı. Böylece çiftçilerimizle buluştuk, onları dinledik ve kendimizi anlattık. Diğer taraftan radyo reklamlarıyla sesimizi, enerjimizi ve desteğimizi bu kesime duyurmaya başladık. Kısa bir süre sonra, bu alana yönelik banka kartımız olan Tarımkart'ı müşterilerimize sunacağız.

Tarımkart üreticiye ne gibi avantajlar sunacak?

Tarımkart'ı sektör için önemli bir ürün olarak değerlendiriyoruz. Çiftçimiz, mazot, gübre ve yem gibi ihtiyaçlarını çok uygun şartlarda bu kartla karşılayacak. Üreticilerimiz, bazı konularda 6 aya varan dönem boyunca faiz ödemediği girdi temin edebilecek. Nakde ihtiyacı olduğunda şubeden ve ATM'den para çekebilecek. Bütün bu işlemlerin ödemesini de hasat zamanında yapacak. Böylece çok sayıda üreticimize Tarımkart ile alışveriş yapma kolaylığı sağlayacağız.

Tarım bankacılığı olarak şubelere nasıl destek oluyorsunuz?

Tarım Bankacılığı Pazarlama ve Satış Koordinasyon



M. Lütfü Çelebi
VakıfBank Genel Müdür Yardımcısı

“ÇİFTÇİMİZİN ORTAĞIYMIŞ GİBİ HAREKET EDECEĞİZ”

VakıfBank'ın tarım bankacılığında diğer bankalardan farkı ne olacak? VakıfBank Genel Müdür Yardımcısı M. Lütfü Çelebi, bu soruyu şöyle cevaplandırıyor:

“Biz halden anlayan banka olacağız. Farklı bir anlayışla yola çıktık; temel amacımız çok kredi satıp çok kazanç elde etmek değil. Amacımız müşteriyi, çiftçiyi anlayarak onların ‘Evet, tam da bu benim ihtiyacımdı’ diyeceği hizmeti vermek. Bu doğrultuda çok esnek bir ürün yapımız olacak. Müşteri odaklı ürün geliştirebileceğiz. Çiftçimizin ortağıymış gibi hareket edeceğiz.”

Müdürlüğü'ne bağlı ve konusunda tecrübeli arkadaşlar, şubelerimize yerinde destek veriyor, müdürlerimiz ve satış personeliyle birlikte müşterilerimizi ziyaret ediyor. Genel müdürlükteki arkadaşlarımız da tarım skorumuzla sistemimiz olan TKYS'nin yapılması, müşteri taleplerinin doğru değerlendirilmesi konusunda sürekli şubelerimize destek veriyor. Şubelerimizin çok kısa sürede konuyu sahiplenmelerinde, öncelikle satışçılarımıza destek anlayışımızın katkısı büyük. Şubelerimizden fiyatlama için tarım destek e-mail adresine gelen talepler de derhal karşılanıyor. Mevcut durumda tarım skor sistemimiz TKYS ile ortalama 10 dakika içinde üretici-





lerimizin işletme ihtiyaçlarına cevap verecek limit oluşturabiliyoruz. Bu limitlerin yetmediği durumlarda Tarım Kredileri Müdürlüğü, şubelerden gelen teklifleri kapsamlı ve hızlı bir şekilde değerlendiriyor.

Yeni bir ekip olarak önümüzdeki dönemde neler yapacaksınız?

Öncelikle bölge müdürlüklerimizdeki yapılanmayı tamamlayacağız. Bunların 5'i İstanbul'da ve İstanbul merkezli bir tarım bankacılığı büyük bir potansiyel taşıyor. Bölgeler ve şubelerdeki portföy satışı personelimizin eğitimleri tamamlandı. Fiilen de müşterilerle çalışmaya başladık ve güzel dönüşler alıyoruz.

Hangi tarımsal faaliyetleri destekliyorsunuz? Sınırınız var mı?

Sektördeki bütün üreticilere yem, tohum, ilaç ve gübre gibi

ihtiyaçlarını karşılamaları için kredi veriyoruz. Ayrıca mevcut tesislerinin kapasitesini artırmak isteyen veya tarımsal üretim alanında yeni yatırım yapmak isteyen girişimcilere kolaylık sağlıyoruz. Yumurta tavukçuluğundan seracılığa kadar her türlü faaliyete yönelik çözümler sunuyoruz. Bir taraftan devlet ve dış kaynaklı hibe destekli yatırımlar konusunda üreticileri veya yatırımcıları bilgilendiriyoruz. Ön finansman veya projelerin toplamı kadar finansman desteği sunuyoruz. Çiftçilerimizin; traktör, süt soğutma tankı, biçer, yem karma makinesi gibi ihtiyaçlarını çok cazip kredilerimizle karşılamasını sağlıyoruz. Üretimini artırmak isteyen müşterilerimizin arazi alımlarında ayrıca kolaylık sağlıyoruz. Çiftçilerimizin daha büyük arazilerde üretim yapması ve modern traktör/ ekipman kullanması, ekonomik kazanç ve verimlilik açısından çok önemli. Bu tür yatırımları, çok düşük faiz oranlarıyla destekliyoruz.

Tarım bankacılığının her alanında olacak mısınız? Örneğin, balıkçılık...

Tarım bankacılığının her alanında olacağız. Hayvancılıktan balıkçılığa kadar her alanda etkin olacağız. Tarım bankacılığında üretimden satışa kadar her aşamada olmak istiyoruz. Tabii her işletmenin uzmanlaştığı bir ürün segmenti var. Bizim için de önemli olan her müşteriye özel ve uygun bir ürün sunmak. Sloganımız "halden anlayan banka". Tarım banka-





VakıfBank'ın tarım skor sistemi TKYS ortalama 10 dakika içinde üreticilerin işletme ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde limit oluşturulmasını sağlıyor...

çılığını da bu anlayışla büyüteceğiz. Müşterimizin ihtiyacını belirleyip mevcut esnek yapımızla anında en uygun ürünü sunacağız.

Çiftçiye özel nasıl bir esneklik olacak?

Tarım bankacılığının temelinde bu işi yapanları anlamak yatıyor. Bu kesimde sermaye birikimi çok yüksek değil. Esas birikimlerini hasat döneminde elde edip harcamalarını ve borç ödemelerini de bu dönemde yapıyorlar. Bu nedenle müşterilere kredileri aylık taksitli bir ödemeyle önerdiğinizde bu anlamlı olmuyor. Onlara ürünü sattığı dönemde ödemelerini yapabileceği ürünler sunacağız. İlk gün koşullarını, o tarlada bir önceki dönemde elde edilen ürünün hasat vaktini ve miktarını inceleyeceğiz. Bir proje gibi projeksiyon yapacağız. Hatta mevcut koşullar çerçevesinde tarlasının büyüklüğü, sağladığı ürün, önümüzdeki dönemde o ürünün hangi fiyatlardan pazar bulacağı, ne kadar hasat yapacağını bile öngörüsünü yapacağız. Müşterilerimizle de bu anlamda ortakmışız gibi hareket edip onların gerçek ihtiyaçlarını da ortaya koyacağız. “Şu vadede kredi kullanmak senin için uygundur, bu vadede uygun değildir” gibi danışmanlık hizmeti vereceğiz. Yanlış bir kredilendirme ve yanlış bir yönlendirme bir çiftçinin, o işletmenin iflasına sebebiyet verebilir. Biz bir kamu bankası olarak bu ülkeye katma değer üreten her işletmenin yanındayız. Ama bunun dışında da işletmelerin büyümesi ve kazanması için de elimizdeki tüm veri ve kaynakları kullanacağız. ☹



Paramı Yönetebiliyorum 6 yaşında

Visa üyesi 22 bankanın oluşturduğu kaynakla sürdürülen; kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarını bir araya getiren Paramı Yönetebiliyorum projesiyle şimdiye kadar 110 bin gence eğitim verildi, 1 milyondan fazla kişi bu eğitimlerden dolayı olarak etkilendi...

Visa Europe Türkiye'nin, finansal okuryazarlığı artırmak için Visa üyesi 22 bankanın desteği, TC Kalkınma Bakanlığı, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ve Habitat Kalkınma ve Yönetişim Derneği ortaklığında başlattığı Paramı Yönetebiliyorum projesi 6'ncı yılına girdi. Paramı Yönetebiliyorum projesiyle Türkiye'nin dört bir yanındaki gençlere bütçe yapabilme, finansal kavramları anlama ve hayatları boyunca karşılarına çıkacak olan finansal ürün ve hizmetleri doğru kullanma becerisi kazandırmak üzere eğitimler veriliyor.

“Tasarrufları 11 milyar TL artırabiliriz”

Visa Europe Türkiye Ülke Müdürü Merve Tezel, Paramı Yönetebiliyorum programı için yapılan 5 yıllık ekonomik katkı analizi sonucunda tasarrufa ilişkin çarpıcı sonuçlar elde ettiklerini vurguluyor. Tezel, “Bugüne kadar eğitimlerimize katılan 110 bin gencin, 5 yılın sonunda toplam 70 milyon TL ek tasarruf yapmış olduğunu öngörüyoruz. Paramı Yönetebiliyorum projemizle verdiğimiz finansal okuryazarlık eğitimlerini Türkiye'deki gençlerimizin tamamına ulaştırabilirsek, ülkemizin tasarruf tutarının yılda 11 milyar TL artabileceğini hesaplıyoruz. Bu, Türkiye'nin cari açığının yüzde 10'unu karşılayabilecek önemli bir rakam” diyor.

Türkiye'nin finansal okuryazarlık konusundaki verilerinin çok parlak olmadığına dikkat çeken Tezel, gençlerin yüzde 71'inde düzenli bütçe yapma alışkanlığının bulunmadığı, yüzde 49'unun tüketici hakları konusunda yeterli bilgiye sahip olmadığı, sadece yüzde 27'sinin geriye dönük harcamalarını kontrol ettiği ve yüzde 87'sinin para biriktirmediği bilgisini veriyor. Tezel, sözlerini



(Soldan sağa): Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı İstanbul Programı Yöneticisi Hansın Doğan, Visa Europe Türkiye Ülke Müdürü Merve Tezel, Habitat Kalkınma ve Yönetişim Derneği Başkanı Sezai Hazır

VISA

şöyle sürdürüyor:

“İşte bu sonuçlar bizi 22 banka-mızla birlikte Paramı Yönetebiliyorum projesinin ilk adımlarını atmaya götürdü. Finansal okuryazarlık düzeyinin yüksek olduğu bir toplumda bireyler gündelik hayatta gelir-gider dengesi kurabilir, geleceğe yönelik planlama ve birikim yapabilir, birikimlerini en doğru yatırım araçlarıyla değerlendirebilir.

Özetle, finansal okuryazar bireylerden oluşan bir toplumda ekonomi daha iyi işleyecek ve ekonomik istikrar artacaktır. Paramı Yönetebiliyorum eğitimlerimiz gönüllü gençler tarafından veriliyor, bu model projenin bugüne kadar elde ettiği başarıda önemli bir yere sahip.

Bugüne kadar 110 bin gence eğitim verdik, 1 milyondan fazla kişi eğitimlerimizden dolayı olarak etkilendi. 2014’te, önceki 4 yılda eriştiğimiz rakama ulaştık ve projenin erişimini iki katına çıkardık. Kısacası, projemiz erişim açısından eşik atladi ve ülke ölçeğinde anlamlı hale geldi.”



“Finansal okuryazarlık kamu politikası haline geldi”

Merve Tezel, finansal okuryazarlığın 2014-2018 dönemini kapsayan Onuncu Kalkınma Planı’nda yer alarak kamunun resmi politikası haline geldiğini, geçen yıl haziran ayında ise Ulusal Finansal Okuryazarlık Stratejisi’nin yayımlandığını hatırlatıyor. Tezel, Paramı Yönetebiliyorum projesiyle sürdürülebilir kalkınma sürecine katkıda bulunmanın yanı sıra bu alandaki ulusal politikaları etkilemeyi ve finansal okuryazarlığın müfredata dahil edilmesini sağlamayı hedeflediklerini de sözlerine ekliyor. ☺

Paramı Yönetebiliyorum eğitimleri Türkiye’deki tüm genç nüfusa verildiğinde yapılacağı öngörülen tasarruf miktarı

11 milyar TL

RAKAMLARLA PARAMI YÖNETEBİLİYORUM

GENEL BAKIŞ

Eğitim verilen il sayısı	78
Gönüllü eğitimci sayısı	858
Verilen eğitim sayısı	1.007
Eğitim verilen genç sayısı	110 bin
Dolaylı olarak projeden faydalanan kişi sayısı	1 milyon 100 bin
Sosyal medya etkileşimi (yıllık)	5 milyon

Artan tasarruf miktarının cari açığı karşılama oranı

%10

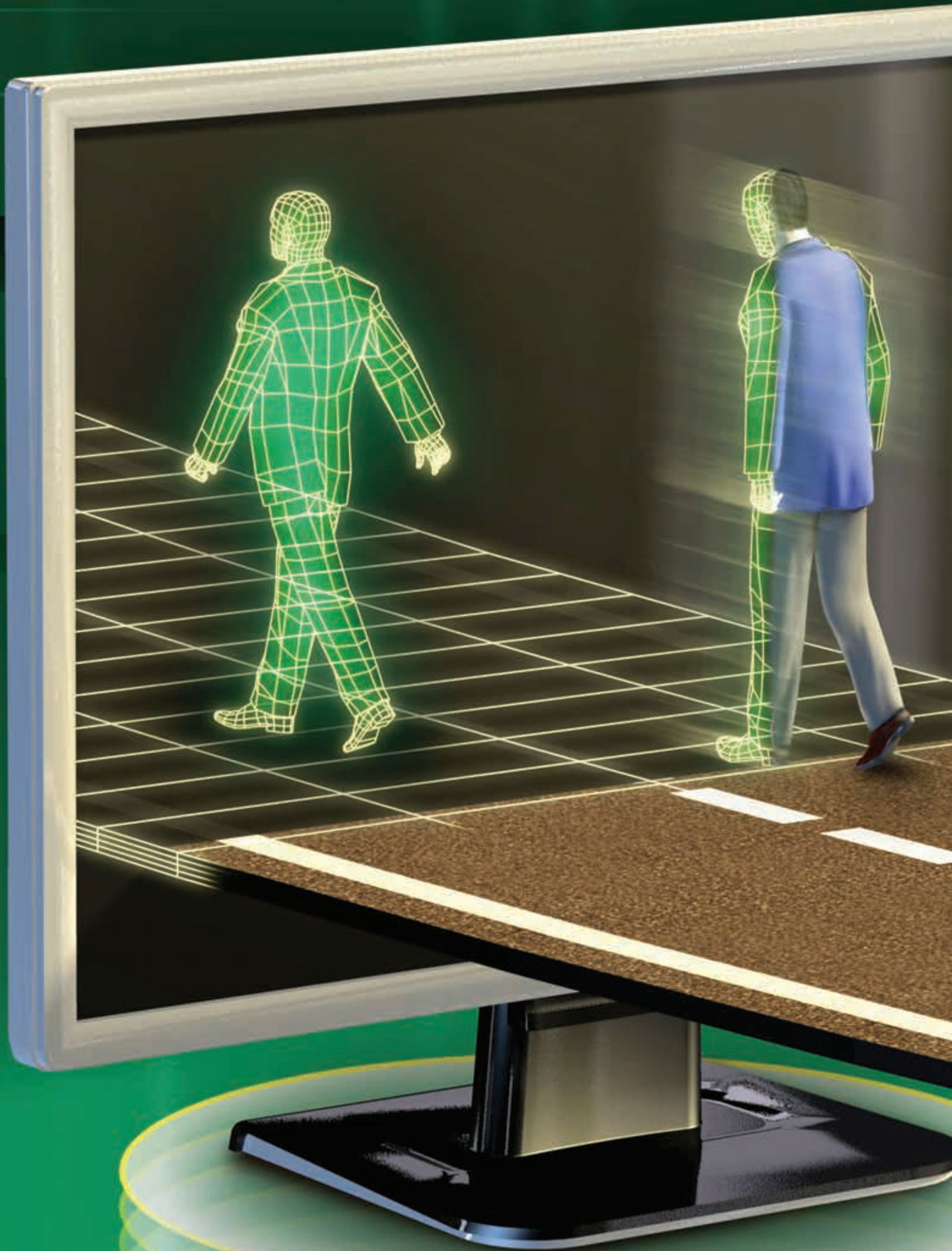
FİNANSAL OKURYAZARLIK ARAŞTIRMASI

	Kontrol grubu	Paramı Yönetebiliyorum
Bütçe yapanlar	%55	%81
Yaptıkları bütçeye sadık kalanlar	%52	%77
Bileşik faizi doğru hesaplayanlar	%31	%62
Enflasyonun gelire etkisini doğru hesaplayanlar	%39	%66
Tasarruf yapanlar	%23	%50
Zorunlu ve lüks tüketim ayrımı yapanlar	%43	%70
Geçmiş harcamalarını kaydedenler	%66	%87
Birikimin tanımını doğru yapanlar	%29	%53

*Birikim: Gelirden harcama yapmadan önce ayrılan para

Eğitime katılan 110 bin gencin 6 yılda gerçekleştirdiği tahmin edilen tasarruf miktarı

70 milyon TL



Perakende bankacılığı değil **PERAKENDECI** **BANKA** **DÖNEMİ**

Teknoloji, iş dünyasının kalıplaşmış yaklaşımlarını değiştirdi. Bankalar da artık sadece işlem yapan değil veriyi yöneten, müşterisiyle her zaman ve her yerde iletişim içinde olan perakende şirketlerine dönüşüyor...

ESİN GEDİK - esin.gedik@gmail.com





izleyenler; 1987 yapımı “Wall Street” filminde Gordon Gekko’yu oynayan Michael Douglas’ın “Bildiğim en değerli emtia bilgidir” sözünü anımsayacaktır. Evet, eskiden gücün simgesi olan paranın yerini giderek bilgi alıyor. Bilgi de hayatın her alanını karşı konulmaz biçimde etkiliyor.

İşte artık her yerde karşımıza çıkan teknolojilerin, her yerde her şeyi birbirine bağlamasını sağlayan mobil internetin yükselişi sayesinde bilgi, veri gücünü artırıyor. Giyilebilir teknolojilere doğru hızla ilerlerken yalnızca toplumda değil, yönetimde, ekonomide, iş dünyasında, ticarete ve bankacılıkta da kökten bir dönüşüme tanıklık ediyoruz.

Hal böyle olunca bu alandaki akademik çalışmalar da hızla artıyor. Chris Scinner tarafından yazılan ve Bankalararası Kart Merkezi’nin (BKM) desteğiyle Media Cat tarafından Türkçeye kazandırılan ‘Dijital Bankacılık’ kitabı, sektörün bu alandaki fotoğrafını çekiyor.

Dijitalleşmenin finans, özellikle de bankaların çalışma biçimlerini nasıl değiştirdiğini anlatan Scinner; teknolojik değişimin bankalar için ne anlama geldiğine odaklanıyor. Dijitalleşme aracılığıyla dönüşümün her sektör için geçirli olduğunu belirten Scinner; “Örneğin Amazon’un yükselişiyle perakendecilikte ve Apple ile eğlence

sektöründe gerçekleşen devrimler HMV, Jessops, Comet, Blockbuster ve diğer birçok geleneksel perakendecinin yok olmasına yol açtı. Bu durum, şimdi de bankacılıkta karşımıza çıkan bir meydan okumadır” diyor.

Bankacılığın yeni tanımı

Scinner’a göre bankacılıktaki bu değişimler; müşteri ilişkilerinin ve müşteri gereksinimlerini karşılamak için değer sunma yönteminin tamamen yeniden düşünülmesi anlamına geliyor: “Bu durum, bankaların şubelere gereksinim duyup duymadığı, nakitsiz bir toplum oluşup oluşmayacağı, bankaların nasıl siber saldırılardan etkilenmez hale getirileceği, insanlar mobil bankacılığa doğru ilerledikçe müşteri taleplerine nasıl ayak uydurulacağı gibi konularda hiç bitmeyen tartışmalara yol açtı. Aslında dijitalleşmenin anlamı şu: Bankacılık, artık para bankacılığı değil, veri bankacılığıdır. Ve daha da önemlisi bu verileri güvenli bir şekilde saklamaktır.”

İnsan için tasarlanmış bankalar zamanı

Scinner; dijital bankacılığın asıl meselesinin, bankaları insanlar için tasarlamayı başarmak olduğunu düşünüyor. Perakendecilikten yola çıkarak banka şubelerinin nasıl olması gerektiğini ise şöyle anlatıyor: “Apple’ın bilgisayar alanında erkenden fark ettiği bir şey var: Önemli olan bil-





Chris Scinner

gisayarlar değil, teknolojiyi insanlar için tasarlamaktır. Bu nedenle Apple mağazalarını yaratan ve tasarlayan tasarım ajansı, her zaman mağaza şubelerini para için değil insanlar için tasarlamaktan söz etmiştir. Bizim bankalarla ilgili yapmak istediğimiz de bu... Paradan çok insan üzerine yoğunlaşan bu yaklaşım, mağazalarda ürün ya da hizmet satmaktan çıkıp marka etrafında bir topluluk duygusu oluşturma yöntemi haline geldi. Bir aidiyet duygusu, bir sahiplenme duygusu, bir bağlılık duygusu oluşturma yöntemi haline geldi. Bu, 'Şubeler ne içindir' sorusunun yanıtıdır. Şubeler

bankaların kendi topluluklarını bir arada tutan perakende mağazalarıdır.”

“Yaşamın içinde ve proaktif olacaksınız”

Scinner, müşterilerin dijital hayata geçişi ve orada kalıcılığını sağlamak için bankaların da yeni döneme uygun hareket etmeleri gerektiğini vurguluyor. Bankaların sık sık kullandığı “çoklu kanal” döneminin geride kalması gerektiğine de işaret eden Scinner, neler yapılmasını gerektiğini ise şöyle ifade ediyor:

“Aslında dijital banka tamamen müşterinin yaşam tarzına, finansal tedarikçisiyle nasıl ilişki ve iletişim kurmak istediğine ve zenginleştirilmiş dijital hizmetlerini müşterilerinin günlük yaşamlarının bir parçası olarak nasıl sunacağına odaklanır. Bu, bir etkileşim noktasındaki tepkisel hizmetlerden çok, yaşamın içindeki bir noktada proaktif bir uygulamadır. Proaktif uygulama, tamamen önceden onay alınarak verilen hizmetler yoluyla müşterilerin etkinliklerini fark etme ve bir kişi ya da kurumun günlük finansal gereksinimlerine, ortaya çıktıkça değer katmayla ilgili bir şeydir. Dijital banka, dün gece Google'da 499 dolarlık yeni bir LCD televizyonu incelediğimi bilecek ve bir elektronik mağazasının önünden geçtiğim sırada bana o televizyonu 50 dolarlık bir indirimle 449 dolara satın almam için QR kodlu bir kupon teklif edecektir.”

“Dijital Bankacılık” kitabının çizdiği bu yaklaşımdan yola çıkarak Türkiye'deki bankaların “dijital” yolculuğunu inceledik. Bu alanda öncülük yapan bankaların yöneticileriyle neler yaptıklarını, gelecekte sektörü nelerin beklediğini konuştuk...

“Teknolojiye her yıl 100 milyon dolar yatırıyoruz”

AKBANK

Günümüzde teknolojinin aktif olarak kullanılmadığı hiçbir sektörün kâr etmesi, müşteri memnuniyeti sağlaması ve başarılı olması beklenemez. Gelişen teknolojinin gündelik hayatımıza ve buna paralel olarak da müşterilerimizin beklentilerine olan etkisi oldukça büyük. Kurumlar da artık hem değişen müşteri taleplerini karşılayabilmek hem de müşterilerine daha iyi hizmet verebilmek amacıyla hızla yeni hizmetler sunmaya başladı. Akbank olarak en önemli önceliğimiz, hizmet kalitemizi her geçen gün artırarak kolaylık ve avantajlarla dolu bir bankacılık deneyimi yaşatmak. Her yıl teknolojiye yaklaşık 100 milyon dolar yatırım yapıyoruz. Direkt bankacılık kanallarında yaşanacak hızlı büyüme ve gelişmeyi yapacağımız yatırımlarla destekleyerek, müşterilerimize doğru zamanda doğru hizmeti sunmaya devam ediyoruz. Kısa süre önce Akbank Direkt'i yeniledik. Tablet arayüzüne benzeyen tasarımıyla iki yeni arayüzü hayata geçirdik: Akbank Direkt Plus ve Akbank Direkt İşim. Akbank Direkt Plus ile müşterilerimize zengin yatırım seçenekleri ve görüntülü müşteri

hizmetleriyle dijital bankacılıkta ayrıcalıklı bir hizmet sunuyoruz. Akbank Direkt Plus'la müşterilerimiz “Canlı Destek” ve “Görüntülü Görüşme” üzerinden müşteri temsilcileriyle iletişim kurarak destek alabiliyor. Akbank Direkt İşim ise iş ve kişisel hesaplarını tek bir ekranda takip etmek isteyen müşterilerimizin işlemlerini kolaylıkla tamamlayabildiği bir arayüz.

“Silikon Vadisi'ne davet edildik”

Yeni uygulamamız iBeacon ile ATM'den, kart veya kod kullanmadan, iPhone'larını ATM'ye yaklaştırarak para çekme imkanı sunuyoruz. Başlangıçta, 6 Akbank ATM'sinde kullanılmaya başlayan dünyanın ilk iPhone ile iBeacon teknolojisi kullanarak para çekme uygulaması zamanla yaygınlaştırılacak. Türkiye'de giyilebilir teknolojinin öncüsü Akbank Direkt Apple Watch uygulaması; kullanım kolaylığı, sade tasarımı ve kolay giriş özelliğiyle Apple Watch'un piyasaya sürüleceği 24 Nisan'dan önce App Store'da yerini aldı. Amerika'da Silikon Vadisi'nde yapılan Apple Lab'e davet edilen uzman ekibimiz Apple Watch'a özel bir görselliğe sahip uygulamamızı tasarladı ve müşterilerimizin en rahat kullanabileceği şekilde geliştirdi.



Orkun Oğuz
Direkt Bankacılıktan Sorumlu
Genel Müdür Yardımcısı



“Akıllı robot” ile para çekmek çok kolay

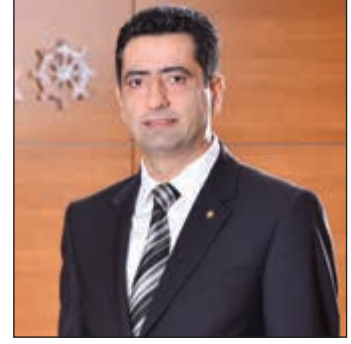
DenizBank

Dijital bankacılık kanallarının kullanımı çok hızlı yayılıyor. Bu doğrultuda ürün ve hizmet çeşitliliğinde önemli artışlar bekliyoruz. Müşteriler artık geleneksel kanalları çok fazla tercih etmiyor, bankacılık işlemlerinde mobilite, hız ve avantaj bekliyor. Önümüzdeki dönemlerde pek çok bankanın müşterilerine sürpriz ürünler sunacağını düşünüyoruz. Dijital bankacılık kanallarının kullanımı yaygınlaştıkça hem müşteriler hem de bankamız kazançlı duruma geçiyor. Bu kanallarda işlem maliyetinin düşük olması sebebiyle müşterilerimize daha yüksek oranlar ve daha düşük komisyon ücretleri



önerebiliyoruz. Dijital kanal kullanımı yaygınlaştıkça bankaların maliyetleri azalıp kârlılık artıyor. Her saatte hizmet vermeye devam ettiğimiz için müşterilerimiz işlemlerini zaman geçirmeden, beklemeden kolayca gerçekleştirebiliyor ve artan müşteri memnuniyeti bizi bankalar arasında üst sıralara taşıyor.

Dijital kuşak bankacılığı kapsamında “AçıkDeniz” internet bankacılığı kanalımız, müşterilerimize şubeye gitmeden hızlıca ve kolayca bankacılık işlemlerini yapabilecekleri, avantajlı faiz oranları ve düşük işlem maliyetleriyle birikimlerini daha avantajlı olarak değerlendirebilecekleri, yaptığımız kampanya ve iş birlikteliklerimizle özel indirimler kazanabilecekleri önemli bir platform. Ayrıca müşterilerimizin diledikleri anda her yerden ve her zaman bankacılık işlemlerini yapabileceği MobilDeniz’i her gün geliştiriyoruz. MobilDeniz, iPhone, iPad, Android telefon ve tabletler ve Windows Phone olmak üzere 5 farklı platformda yer alıyor. Cep telefonundan ödeme yapabilme özelliğiyle kullanıcıların hayatlarına konfor ve hız getirmesi için geliştirdiğimiz fastPay, hem



Murat Çelik
Dijital Kuşak Bankacılığı Grubu
Genel Müdür Yardımcısı

ülkemizde hem de yurtdışında yoğun ilgi görüyor. DenizBank hesabı olsun veya olmasın tüm kullanıcılarına birçok avantajı beraberinde sunuyor. Bu uygulama sayesinde akıllı telefon kullanıcıları cepten cebe 7/24 ücretsiz para gönderebiliyor, yanında kart ya da nakit taşımadan telefonuna temas bile etmeden sadece konuşarak, yani makinelere komut vererek hem ATM’yi hem telefonu akıllı bir robot olarak kullanarak kartsız veya sesle para çekebiliyor.

Parmak iziyle bankacılık işlemleri başladı

FINANSBANK

Rekabet gücünü artıran en önemli unsurlardan biri olan dijital bankacılık, sektörümüzde mekan ve zaman kavramlarını ortadan kaldırıyor; hizmetlerin kişiye özel, daha hızlı, daha ucuz ve güvenli bir şekilde verilmesini sağlıyor. Dijital bankacılık kanallarında aktifleşen bireysel bankacılık müşterilerin şube kanalından yaptıkları işlemlerde 4-6 ay gibi kısa bir dönem içerisinde yarı yarıya azalma olduğunu gözlemliyoruz. Dijital kanalları kullanan müşterilerin işlemlerini hızlı ve kolay biçimde yapabilmesi bankada kalıcılığı artırıyor. Şube kanalında görev yapan müşteri temsilcilerimiz, işlem sayısındaki azalma sayesinde ortaya çıkan zamanı yeni müşteri yaratmada değerlendiriyor. Bunun hem yeni müşterilerimizin memnuniyet seviyesini hem de şube çalışanlarının motivasyonunu artırdığını gözlemliyoruz. Pazarlama birimlerimiz projeksiyonlarında kanal

dağılımlarını yaparken, dijital bankacılık kullanan müşterilere yönelik uygulamalarını geliştirerek müşteri tecrübesini en iyi biçimde sonlandırmak için yeni projeler geliştiriyor.

Mobilde kredi yakında başlıyor

Tüm altyapımızı en son teknolojiyle yeniledik. İnternet şubemizin yanı sıra mobil bankacılık için uygulamamız tüm işletim sistemleri için marketlerde var. Bu işletim sistemleri dışında kalan telefonlar için de cep.finansbank.com.tr adresiyle hizmet veriyoruz. Müşteriye dokunduğumuz her alanda anında şifre sunma, TC kimlik numarasıyla kolay giriş, mobil şubenin kullanım kolaylığı olması gibi sürekli geliştirmeler yaptık. Bu kapsamda müşterilerimize, 2014 yılında hesap gözlem, kredi kartı gözlem gibi yalnızca gözlem işlemlerini şifre girme zorunluluğunu ortadan kaldırarak sunduk. Touch ID özelliğiyle de müşterilerimize iOS uygulamalarında parmak iziyle login imkanı sağlıyoruz. Yakın bir zamanda müşterilerimize mobil bankacılıkla anında kredi kullanımı imkanı da sunacağız.



Mehmet Kürşad Demirkol
Bilgi Teknolojileri, Operasyon,
Kanallar ve İş Geliştirme
Genel Müdür Yardımcısı



500'den fazla hizmet dijitalleşti



Müşterilerimizin bankacılık ihtiyaçlarını dijital kanallar üzerinden karşılayabilmesi için çalışıyoruz. Bunu yaparken en önemli stratejimiz, müşteri memnuniyetini en üst düzeyde sağlamak. Bu kanallar içerisinde internet ve mobil kanallar sayesinde işlemlerini gerçekleştiren ve dijital müşteri olarak tanımladığımız sayı 3.4 milyona ulaştı. Bu sayının 3 yıl içinde 5 milyona ulaşmasını

öngörüyoruz. Bankamızdaki tüm finansal işlemlerin yüzde 86'sı internet şubesi, cep şubesi, Alo Garanti ve Paramatiklerin oluşturduğu dijital kanallarımızdan gerçekleşiyor. Bu rakam 2000'li yılların başında yüzde 40'lardaydı. Dijital kanallarımızdan gerçekleştirilen işlemler, şubelerdekilerin işlemlerin 6 katından fazla.

Cep şube müşterisi kullanıcı sayısı 4.5 milyonu aştı

Garanti Bankası olarak toplamda 1.8 milyon mobil müşterimiz var. 10 farklı platforma özel geliştirdiğimiz 12 uygulamamız içerisinde mobilin ana lokomotifini olan Cep Şubesi'nin indirme sayısı ise 4.5 milyonu geçmiş durumda. Kurumsal Cep Şubesi uygulamamız da kurumsal kullanıcılarımızın hayatını kolaylaştırmaya devam ediyor. 2014 yılı mart ayında açtığımız uygulama bugün yaklaşık 45 bin firma tarafından kullanılıyor. Tüm işletim sistemlerine uygun finans uygulamalarımızla müşterilerimize mobilde 150'den fazla işlem sunuyoruz.



Deniz Güven
Şubesiz Bankacılık
Birim Müdürü



Müşteriler artık "butik hizmet" istiyor



Türk insanının teknolojiye adaptasyon kabiliyetinin sektörün dijitalleşmesine önemli katkı sağladığını düşünüyoruz. Genç nüfusun da bu etkileşimde önemli bir payı var. Bu doğrultuda yeni nesil tüketiciler, şubelere bağımlı kalmak istemiyor ve daha kolay bankacılık çözümlerine ihtiyaç hissediyor. ING Bank olarak "bankacılık lisansına sahip teknoloji şirketi" olma vizyonumuzla son üç yıldır teknolojik altyapımızı güçlendirmeye odaklandık ve yatırımlarımızı bu alana yoğunlaştırdık. Mobil ve dijital platformlara ürün ve süreçlerimizin entegre edilmesiyle müşterilerimize daha kolay ve zahmetsiz bir bankacılık deneyimi sunmak için çalışmalarımızı sürekli geliştiriyoruz. İnternet ve mobil kanalların kullanımının artması, maliyetin yanı sıra hem müşteri hem de bankalar için zaman açısından da ciddi bir tasarruf yaratıyor. Şubelerdeki operasyonel işlerin dijital kanallar aracılığıyla çözümlenebilmesi ve müşterilerimizin bu kanallara yönelmesiyle beraber ortaya çıkan iş gücü bankaların asli görevi olan finansal

danışmanlığa yoğunlaşmamıza izin veriyor. Müşterilerimiz ise yoğun şubeler yerine kendilerini özel hissettikleri daha butik bir bankacılık hizmetine sahip oluyor.

ParaMara'da 3 ayda yüzde 340 artış

ING Bank olarak "eski köye yeni adet getiren bankacılık" anlayışımızla Türkiye'de bir ilke imza attık ve "her cihaza uyumlu bankacılık" anlayışını getirerek ING internet şubemizi cihaz bağımsız olarak yeniledik. Ayrıca "ING Trader" uygulamamızla müşterilerimize Türkiye ve dünya finansal piyasalarına ait verileri ve haberleri her yerde takip edebilme ve hisse senedi/vadeli işlem ve opsiyon piyasası (VİOP) talimatlarını anında borsaya iletebilme imkanı sağladık. Tüm bu hizmetlerimizle mobil bankacılık kullanıcı sayımız son bir yılda 2.5 katına çıktı. Yeni nesil mobil finans çözümümüz ParaMara ile ING Bank müşterisi olsun ya da olmasın, akıllı telefon sahibi herkes günlük finansal ihtiyaçlarını tek bir uygulama üzerinden giderebiliyor. İnternet üzerinden alışveriş ve para transferi gibi işlemlerin kolay ve hızlı bir şekilde yapılmasını sağlıyoruz.



Barbaros Uygun
Bireysel Bankacılık Genel
Müdür Yardımcısı



Dijital faizsiz bankacılık platformu: Senin Bankan



KUVEYT TÜRK

Faizsiz bankacılık alanındaki ilk dijital bankacılık platformu olan "Senin Bankan"ı hizmet kanallarımız arasına ekledik. Şubeye erişim zorluğu yaşayan veya bankacılık işlemlerine zaman ayıramayan müşterilerimiz, "Senin Bankan" sayesinde artık ürün ve hizmet başvurularını şubeye gitmeden ve herhangi bir ücret ödemeden www.seninbankan.com.tr platformu üzerinden 7 gün 24 saat yapabiliyor. Kuveyt Türk olarak yenilikçi ürün ve hizmetleri hayata geçirmek noktasında öne çıkıyoruz. Günümüzde teknoloji hayatımıza giderek daha fazla dâhil oluyor ve müşterilerimiz de teknolojinin faydalarından daha fazla yararlanmak istiyor. Biz de bu ihtiyaçtan hareketle bankacılık hizmetlerimize her yerden hızlı, kolay ve güvenilir bir şekilde

ulaşılmasını sağlayan "Senin Bankan" platformunu hazırladık. Bu sayede zamandan tasarruf etmek isteyen, bürokratik işlemlerle uğraşmak istemeyen müşterilerimize ulaşmayı hedefliyoruz. Bu platformu güçlendirmeyi ve bu platform üzerinden sektörümüze öncülük edecek uygulamalar hayata geçirmeyi sürdüreceğiz.

İlk aşamada hesap açma ve "Sale Plus" kredi kartı başvurusu yapılabilen "Senin Bankan" online bankacılık platformumuzu, yakın zamanda diğer finansman hizmetlerinin verilebileceği şekilde geliştireceğiz.



Mehmet Oral

Bireysel Bankacılıktan Sorumlu
Genel Müdür Yardımcısı



"Yurtdışı borsalarda da işlem yaptırıyoruz"

Şekerbank



Dijital trendle birlikte banka şubeleri de dönüşüyor. İş yapış modellerinde önemli değişimler yaşanıyor. Multi kanal bankacılıkla daha etkin ve koordineli bir kanal yönetimi stratejisi yürütülmeye başladı. Artık ihtiyaçlara yönelik ürünler daha hızlı ve direkt olarak müşteriye sunulur hale geldi. Tüketici istediği verilere veya finansal ihtiyaçlarına sadece akıllı yönlendirmelerle değil, aynı zamanda "sosyal kanallar" üzerinden de erişmeye başladı. Özetle, son kullanıcı müşteri, istediği zaman, istediği yerde, istediği ürün aracılığıyla işlemlerini yapar oldu.

Bu yeni trendler bankaların iş yapış modellerini değiştirdiği gibi geleneksel şube mimarisi ve

şube anlayışında da değişikliğe yol açıyor. Bankacılık hizmeti sunan kiosklar, sizi tanıyıp size uygun finansal danışmanlık teklifleri ve ürünleri sunan avatarlar, müşteriye şube içinde dijital gişede karşılayıp gerekli yönlendirmeleri yapan şube konseptleri bir adım ötemizde... Artık herhangi bir şubemizden alınabilecek hemen her hizmeti dijital kanallarla da verebiliyoruz. Müşterilerimiz, internet bankacılığı veya Şeker Mobil Şube uygulamasını kullanarak günün her saatinde altın alıp satabiliyor, bir başka hesaba altın havalesi yapabiliyor. Kredi kartından, vadesiz TL hesabından düzenli altın birikim talimatı vermek; fatura ödemek, vergi, SGK ve trafik para cezası ödemek, hisse senedi alıp satmak, anlık portföy ve emir iptal izlemek gibi işlemlerini de şubeye gitmeden yapabiliyorlar. Verdiğimiz bir başka hizmet de yurtdışı borsalar alım satım platformu SWEET. Bu sayede dünyanın 28 yurtdışı borsasında işlem gören yaklaşık 500 bin menkul kıymete ulaşım alım-satım yapmak mümkün. Mobil bankacılıkta son olarak "Şeker Widget" uygulamasıyla müşterilerimizden doğrudan talep alırken, döviz kurları, en yakın şube konum ve iletişim bilgilerine erişimini hızlandırıyoruz.



Gökhan Ertürk

Perakende Bankacılık Pazarlama
Genel Müdür Yardımcısı

“Benim Yeni Nesil Bankam”



TDijitalleşme ve dijitalleşen bireyler bankacılık iş yapış şeklini kökten değiştiriyor. Klasik bankacılık iş yapış şekilleri değişiyor, ürün ve hizmet çeşitliliği farklılaşıyor, hizmet sunma kanalları değişiyor. Kısacası şubelerin dışına taşınan bankacılık faaliyetleri dijital dünyaya taşınıyor. Günümüzde dijital bankacılık kanalları üzerinden bankacılık işlemlerinin birçoğu yapılabilir hale geldi. Önümüzdeki dönemde bunun daha da artması ve farklı kanallar üzerinden bankacılık işlemlerinin daha hızlı ve daha kolay yapılabilmesi için sektörde çalışmalar sürüyor.

Dijital bankacılığı, müşterilerin kendi kendine hizmet alma kolaylığının sağlanması, müşteriye işlem süreçleri üzerinde daha fazla kontrol imkanı verilmesi, hız ve kolaylığın sağlanması olarak görmek gerekiyor. Dijital kanallardan müşteri memnuniyeti sağlanmasının temel

unsurları arasında bunlar yer alıyor. Biz de Türk Ekonomi Bankası (TEB) olarak, insan faktörünü dijital taşıyarak CEPTETEB’de herhangi bir program indirmeye gerek kalmadan görüntülü görüşme özelliğini hayata geçirdik. Bu özellik sayesinde kullanıcılar, istedikleri an müşteri temsilcilerine ulaşarak görüntülü destek almanın yanı sıra mobil veya internet şubeden de “webchat” uygulamasıyla yazışarak hizmet alabiliyor.

Benzer bir özellik, geliştirdiğimiz ve kısa bir süre önce tanıttığımız “Benim Yeni Nesil Bankam” da mevcut. Bu sayede müşterilerimiz para çekme, yatırma, kredi kartı teslimi gibi fiziksel alışveriş gerektiren işlemlerin yanı sıra hukuki olarak ıslak imzanın zorunlu olduğu konut kredisi kullanımı gibi işlemleri dahi kendileri yapabiliyor. Fakat destek almak istedikleri ya da yönlendirmeye ihtiyaç duydukları anda tek bir tuşla müşteri temsilcisine bağlanıp canlı destek de alabiliyorlar. “Benim Yeni Nesil Bankam”, müşterilerimize bir ATM’den çok daha fazlasını sunuyor. Bu yeniliğin, bankacılık kanallarının gelişimi açısından önemli bir dönüm noktası olduğunu düşünüyoruz.



Gökhan Mendi
Bireysel ve Özel Bankacılık
Kıdemli Genel Müdür Yardımcısı



“Bankaların operasyonel maliyetleri de düştü”



Dijital bankacılık uygulamalarının artması, şubeler dışında birden fazla kanaldan hizmeti almayı mümkün hale getirdi. Bu da müşteri memnuniyetinin artmasını sağladı. Öte yandan işlem maliyetleri ve operasyonel iş yükü de azalmış oldu. Bankacılığın geleceğinde şubesiz bankacılığın çok önemli bir yer tutacağını ve özellikle mobil uygulamalar aracılığıyla yapılan işlemlerin çok daha yaygın olacağını öngörüyoruz. Bunu hem teknolojinin hızlı gelişimine hem de yeni neslin bu değişime gösterdiği uyuma bakarak rahatlıkla söyleyebiliriz.

VakıfBank olarak mobil bankacılık yatırımlarına ve kullandığımız teknolojiye yenilikler eklemeye devam ediyoruz. Özellikle alternatif bankacılık kanallarında sunduğumuz işlem çeşitliliğinde iddialıyız. Şubesiz bankacılıkta en önemli beklentiler hız, güvenlik, işlem çeşitliliği ve kolay kullanım. Biz de güvenlik başta olmak üzere tüm bu konularda müşteri beklentilerine cevap vermek için çalışmalarımızı yürütüyoruz. Gelecek hedefimiz, arz-talep dengesinde bir adım önde olmak.

“Müşterilerimiz bizi yatırıma zorluyor”

Dijital bankacılığı; internet bankacılığı, mobil bankacılık, telefon bankacılığı ve ATM kanallarıyla bir bütün olarak ele aldığımızda, bankamız müşterilerinin neredeyse tamamının dijital bankacılığı kullandığını söyleyebiliriz. Bu kanallar daha çok para transferi, kredi kartı ve yatırım işlemleri için kullanılıyor.

Dijital bankacılık alanında Türkiye’nin dünyada öncü olduğunu rahatlıkla ifade edebiliriz. Ülkemizdeki müşteri profiline dijital bankacılığa olan ilgisi, sektörü sürekli yenilik yapmaya teşvik ediyor ve bunun sonucunda sunulan ürün ve hizmetler büyük bir hızla değişiyor. Bu kadar hızlı gelişmekte olan bir sektörde sunulacak ürün ve hizmet çeşitliliği, kalitesi her geçen gün artacak ve müşterilerimiz daha fazla sayıda işlemi daha kolay ve hızlı bir şekilde gerçekleştirebilecek.



Mustafa Saydam
Genel Müdür Yardımcısı



“Dijital bankacılık ‘destek’ değil ‘temel’ oldu”



Dijitalleşme ve insanların hayat tarzının değişmesi, sunulan hizmetlere yer ve zamandan bağımsız olarak ulaşma talebini artırıyor. Bankacılıkta geldiğimiz noktada müşteriler; kesintisiz, 7/24 hızlı hizmet almak ve bankacılık ihtiyaçlarını kolay bir şekilde her kanaldan gerçekleştirmek istiyor. Türkiye'deki bankalar da müşterilerin ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda sınırsız bankacılık alanında pek çok geliştirmeye imza atıyor. Özellikle alternatif dağıtım kanalları, kart ve ödeme sistemleri açısından Türk bankaları gelişmiş pek çok ülkenin ötesinde bir seviyede bulunuyor. Buna paralel olarak da dijital kanallar, bankacılıkta destekleyici olmaktan çıkıp temel hizmet noktalarından birine dönüşüyor. Biz de müşterilerimizin bankacılık işlemlerini rahat ve hızlı bir şekilde gerçekleştirebilmeleri için ihtiyaca göre yeni özellikler eklemeye devam ediyoruz. iPhone, iPad, Android, Android tablet, Blackberry ve Windows Phone 8 cihazlarının kullanım alışkanlıklarına uygun mobil bankacılık uygulamalarımızla mobil

internet deneyimi sağlayan m.ykb.com'u Türkiye'de ilk kez bir arada müşterilerimizin kullanımına sunduk. Ayrıca iPad'e özel mobil şube uygulamamızı yeniledik. iPad kullanıcısı müşterilerimiz; hisse senedi işlemlerinden taksitli nakit avansa, motorlu taşıtlar vergisinden trafik cezası ödemeye kadar 500'e yakın bankacılık işlemi artık yapabiliyor. KOBİ ve kurumsal müşterilerimizin bankalarını yanlarında taşıyabilmeleri için “Kurumsal Mobil Şube” uygulamamızı da yenilenen yüzüyle hizmete açtık. Kullanıcılar, birçok bankacılık işlemi gerçekleştirebiliyor, işlemleri onaylıyor, raporlara ve aylık ödeme planına ulaşabiliyor. Bir başka uygulamamız da Yapı Kredi World Alışveriş Asistanı, akıllı telefonlar için geliştirilmiş ve lokasyon bazlı anlık bildirim gönderme özelliğine sahip ilk akıllı alışveriş uygulaması. World Alışveriş Asistanı ile kullanıcılar, yakınlarındaki AVM'leri ve içindeki markaları görüntüleyebiliyor, World fırsatlarına ve kendilerine sunulan özel tekliflere de kolayca ulaşabiliyorlar. Yeni nesil bankacılık platformumuz Nuvo ise genç çalışanlar, üniversite öğrencileri ve teknolojiyi yoğun kullanmayı tercih edenler için ideal bir ürün.



Yakup Doğan
Alternatif Dağıtım Kanalları
Genel Müdür Yardımcısı



“Şubeler artık tamamen satışa odaklanacak”



Yüksek performanslı mobil cihazların üretimi, mobil dünyanın bankacılık sektörüyle birlikteliğini çok verimli noktalara taşıdı. Mobil bankacılık uygulamalarını kullanan müşteri sayısı ve bu uygulamalar üzerinden yapılan işlemlerde yüzde 100'ün üzerinde yıllık artışlar gözlemleniyor. Bankamız rakamlarına bakıldığında da yıl sonuna kadar internet bankacılığı müşterilerinin yüzde 80'inin mobil bankacılık kullanımına geçeceği öngörülüyor. Şu anda 27 milyona ulaşan Ziraat Bankası müşterilerinin yüzde 10'u tüm işlemleri dijital kanallar üzerinden yapıyor. Müşterilerimizin yüzde 31'e yakını da işlemlerini hem dijital kanallar hem de şubeler üzerinden yapıyor. Dijital kanallarımız üzerinden en çok EFT, havale, kurum ödeme ve hesap kontrolü işlemleri yapılıyor. Havalelerin yüzde 42'si, EFT'lerin yüzde 77'si, kurum ödemelerinin yüzde 24'ünün müşterilerimiz dijital kanallar üzerinden gerçekleştiriyor. Şubelere daha çok para yatırma ya da çekme gibi fiziki para gerektiren işlemler ile kredi

işlemleri için geliniyor. Diğer tüm işlemleri dijital kanallar üzerinden de sunabiliyoruz. Bu konuya en iyi kurumsal tahsilatlar üzerinden örnek verilebiliriz. Kurumsal tahsilat işlemlerin çoğunun şube dışı kanallar üzerine aktarılması sonucunda şube dışı bankacılık oranı çok kısa bir sürede yüzde 80 seviyelerine ulaştı. Şu anda faturalı tahsilatların yüzde 99'luk kısmı şube dışından yapılıyor. Dijital kanalların buradaki payı yüzde 30. Faturasız tahsilatlarda ise oran gişe dışı oranı yüzde 85 seviyesinde ve bunun yüzde 20'lik kısmı dijital kanallar üzerinden yapılıyor. Dijital kanalları “alternatif”likten çıkarıp “yeni kanallar” olarak tanımlamaya başladık. Ürünler ve iş akışları da bu çerçevede şekilleniyor. Şubeler üzerinde ciddi bir yoğunluk yaratan işlemleri, dijital kanallar başta olmak üzere şube dışı kanallara yönlendiriyoruz. Bu alanda kısa zamanda yüzde 80'lik gişe dışı rasyosuna ulaşarak verimli sonuçlar elde ettik. Üzerlerindeki yük azaldıkça şubelerimizi operasyonel yükten arındırılmış, satış odaklı ve müşterilere danışmanlık hizmeti veren noktalar şeklinde konumlandırmayı sürdüreceğiz.



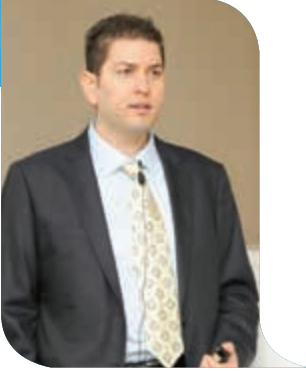
Alpaslan Çakar
Perakende Bankacılık
Genel Müdür Yardımcısı



DÜNYANIN EN YÜKSEK AKADEMİSİ.

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

Akıllı ekranlarla geleceğe dönüş



Ergi Sener
Metamorfoz ICT Inc.
Kurucu Ortağı



Jettgiller ya da Geleceğe Dönüş 2'deki 2015 teknoloji öngörülerinin çoğunun hala gerisindeyiz. Peki 2025'te bizi neler bekliyor?

"Gelecekte yaşam nasıl olacak" diye sorulduğunda, teknolojinin getirdiği ya da "word of mouth" (ağızdan ağıza pazarlama) yarattığı pek çok yeniliğin, bilim kurgu filmlerinin ve hayal gücümüzün de etkisiyle farklı şekillerde günlük hayatta kullanımı gözümüzün önüne gelir.

Bununla birlikte, tüketici alışkanlıklarını değiştirmenin zorluklarından mı yoksa şirketlerin tüm yenilikleri aynı anda sunmak yerine yavaş yavaş, hem müşteriye ısındırıp hem de kârlarını maksimize etme çabasından mı bilinmez, küçükken izlediğimiz Jettgiller ya da Geleceğe Dönüş 2'deki 2015'te öngörülen teknolojilerin çoğunun hala gerisindeyiz.

Örneğin, İstanbul trafiği hala uçan arabaları, çocuklar uçan kayakları, kendi kendini bağlayabilen ve ayak yapısına göre optimize olan ayakkabıları, pazarlamacılar havada asılı billboardları, 3D reklam teknolojisini bekliyor...



ğumuzdaki bilim kurgu filmlerine benzerlik teşkil eden pek çok nokta olduğunu görüyoruz. Yani şirketlerin fizibilite çalışmaları gibi, gerçekleşmeyen teknolojilere yönelik beklentiler de sürekli sonraki yıllara öteleniyor.

Bu yazımda, özellikle curved (kavisli) ve katlanabilir ekranların önce akıllı TV'ler, sonrasında da akıllı telefonlarda ve tablet, laptop'larda uygulanması ve hayatımıza girmeye başlamasıyla tekrar popülerlik kazanan akıllı ekranlara (smart display) değineceğim ve yakın zamanda bu akıllı ekranların kullanım alanlarına yönelik öne çıkan çalışmalarını paylaşacağım.

IoT (Internet of things - Nesnelerin interneti) uygulamalarının gelişmeye başlamasıyla birlikte popüler olan "every connected device will become a commerce device" (ağa bağlanabilen her cihaz birer ticaret aracı olacak) vizyonu doğrultusunda bu ekran teknolojileriyle yeni nesil ödeme ve kampanya kurgularına yönelik olarak da önemli fırsatlar bulunuyor.

GSMA Mobile World Congress'15'te (Mobil Dünya Kongresi) de Visa, "Yakında hepimizin evlerinde akıllı buzdolapları (smart fridge) olacak ve bu buzdolaplarının üzerindeki ekrandan hem kolayca biten ürünlerin siparişlerini vereceğiz, hem de Apple Pay, Samsung Pay gibi cep telefonları odaklı kullanıma başlanan mobil ödeme uygulamalarının uzantısı olacak, checkout yöntemleriyle

Sipariş verip ödeme yapabilen buzdolabı

Bugünden, yani 2015'ten 10-15 yıl sonrasına yönelik yapılan tahminlere baktığımızda da çocuklu-



Görüntülü konuşmalardan işyeri camlarının akıllı bilgisayarlara dönüşmesine kadar geniş bir spektrumda display'ler hayatımızın her alanına dokunacak...

ödeme kolayca yapabileceğiz" şeklinde bir öngöründe bulundu ve standında uygulamayı sergiledi...

Kahve fincanıyla sağlık taraması, sephada galaksi incelemesi



Samsung, display teknolojilerini sahiplenen ve bu alanda önemli yatırımlar yapan firmaların başında yer alıyor. Bununla ilgili, farkındalık da oluşturmak adına "The Future according to Samsung – Display Centric World" başlığı ile bir konsept video hazırlayarak, display'lerin gelecekte pek çok farklı ürün üzerinde, farklı amaçlar için kullanılacağını göstermişti. Bu videoda coffee mug'lardan (kahve fincanları) araba camlarına, sehpalardan aynalara ve tahtalara kadar pek çok ürünün yeni display teknolojileriyle akıllanacağı ve IoT ile farklı uygulamalarda kullanılacağı pek çok örnekle gösteriliyor.

Samsung kavisli ekran teknolojilerini, giyilebilir ürünlerinde, Galaxy Gear saatlerinde ve akıllı sağlık bileklerinde kullanmaya başlamış, ardından akıllı TV'lerde bu teknolojiyi yaygınlaştırmış, son olarak birkaç hafta önce piyasaya çıkan Samsung Galaxy S6 Edge'de bu teknolojiyi telefonlara taşımıştı. Samsung'un öngörüsü, display'ler arası görüntü aktarımını, her sektörün iş yapış şekillerini daha verimli hale getirecek şekilde düzenlemelerini de içeriyor. Örneğin, araba alırken, istediğiniz özellikleri seçerken, seçtiğiniz aracın önümüzdeki cam ekranda oluşturulması... Videodan iki ilginç fütüristik tahmin: Kahve mug'unu tutan kullanıcının gerçek zamanlı olarak sağlık taramasının yapılması ve sonuçların mug'un üzerinde yer alan ekrandan anında görüntülenmesi ve galaksideki yıldız kümelerinin önümüzdeki sehpadan incelenmesi...

İşyeri camları akıllı bilgisayarlara dönüşecek

Microsoft da kısa bir süre önce, önümüzdeki 5-10 yılda hayata etki edecek teknolojileri ve kullanım alanlarını gösterdiği videoda display teknolojilerinin pek çok kullanımını sergiliyor: Dalgıçların gözlüklerinin akıllı ekranıyla sualtını daha kolay keşfetmelerinden tutun da derslerin akıllı tahta ve ekranlarla oldukça basit ve deneyimi yaşatarak düzenlenmesine; ev otomasyon sistemleri ve görüntülü konuşmalardan işyeri camlarının akıllı bilgisayarlara dönüşmesine kadar geniş bir spektrumda display'lerin hayatımızın her alanına dokunacağı resmediliyor.



Pizza Hut'tan interaktif masa

Display teknolojilerine yönelik bir diğer ilginç çalışma da Pizza Hut tarafından yapıldı ve pilot uygulamalara başlandı. Pizza Hut, seçtiği bazı pilot restoranlarında, masa üzerinden direkt sipariş verilebilecek "interaktif masa" konseptini tanıttı. Bu sayede müşteriler, istedikleri pizzaları kendileri masa üzerinden sanal olarak oluşturup siparişini verebiliyor ve cep telefonlarındaki mobil cüzdanla entegre bir şekilde ödemelerini de kolayca yapabiliyorlar.





Bu anahtarın ekranından araca yönelik tüm bilgilere kolayca ulaşip ayarlamaları da yapabiliyorsunuz.

BMW'den ekranlı anahtar

2015 CES'te (Consumer Electronic Show - Tüketici Elektronik Etkinliği) en çok ilgi çeken ürünlerden biri BMW'nin tanıttığı dokunmatik ekranı olan anahtarlardı. Bu anahtarın üzerindeki ekranda araca yönelik tüm bilgilere kolayca ulaşabiliyor ve ayarlamaları da yapabiliyorsunuz. Örneğin, kalan yakıt miktarı, servis bilgileri, açık camın olup olmadığı gibi bilgilerini görüntüleyebilirsiniz.

Tesco ise akaryakıt istasyonlarında dijital ekranlar üzerinden müşterinin demografik özelliklerini ayrıştırıp, doğrudan pazarlama yapılmasını sağlayan özel ekranlar kullanmaya başladı. Tesco mağazalarında yer alan ekranların kameralarından müşterinin yaşı, cinsiyeti gibi bilgiler ayır edilip, bu doğrultuda o kişinin ilgisini çekebilecek olan kampanyalar ve ürünler tanıtılıyor.



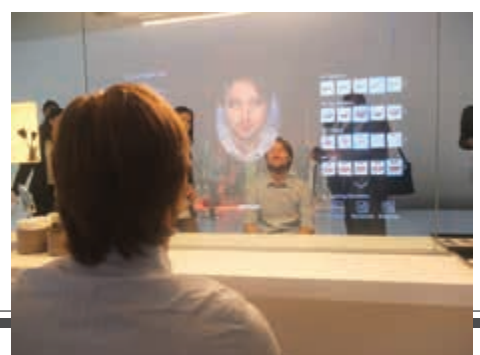
Makyajı fotoğrafınız üzerinde test edebilirsiniz

Kozmetik üreticileri de özellikle AR (augmented reality - artırılmış gerçeklik) teknolojisiyle aynaları müşteri memnuniyetini ve satışlarını artıracak şekilde kullanılmayı hedefliyor. Bu alanda yapılan çalışmaların başında, M&S'nin bayanların makyaj malzemelerini yüzlerinde denemeden, nasıl durduklarını simüle eden bir uygulama oldukça ilgi çekiyor. Hijyen ve sağlık anlamında da oldukça beğenilen çalışmanın diğer firmalar tarafından da yaygınlaştırılacağı tahmin ediliyor.

M&S ayrıca, bu uygulamayı web sitesine de taşımış. Yani fiziksel olarak mağazaya gitmenize gerek kalmadan, web sitesi üzerinden bir fotoğrafınızı sisteme yükleyerek, kozmetik ürünlerin yüzünüzde nasıl duracağını görüyor ve bu doğrultuda siparişlerinizi verebiliyorsunuz. Erkekler açısından da kravat alırken, kravatı bağlamadan nasıl duracağını gösteren uygulamalar mevcut.

Asklar konuşuyor, klasik saatler de akıllanıyor...

Brezilya'da bir mağaza ise ürünlerinin Facebook'ta kaç "like" aldığı gösteren özel asklar tasarlamış ve sosyal medyanın offline





olarak mağazalarda kullanımına yönelik güzel bir uygulama ortaya çıkarmış.

Hızla gelişen wearables (giyilebilir teknolojiler) alanında da display'ler oldukça önemli bir yere sahip. Akıllı saat (smart watch) konseptine, geleneksel saat markalarının ve üreticilerinin bakışı merakla bekleniyordu. Buna en son ve yaratıcı cevap Montblanc'dan geldi. Montblanc yeni saat tasarımlarında geleneksel tasarımlarını bozmadan, "akıllı" özelliği kayışın arkasına entegre ederek display kullanımına farklı bir yaklaşım getirdi. Bu da alışılmış saat tasarımına aktivite takip, uyku göstergesi ya da hatırlatmaların gösterilmesi gibi süreçlerin ayrı bir display'den yapılmasına olanak sağlıyor. (Akıllı saatler ya da wearables'lar da display kullanımı başlı başına ele alınması gereken bir konu, bunu sonraki sayılarda giyilebilir teknolojilerde ele alacağız.) Ancak bir diğer ilginç örneği paylaşmadan geçemeyeceğim Cicret markalı bileklik, ekranı olmamasına rağmen, sensörler sayesinde, projektör gibi bir ekranı insan koluna yansıtıp, kolu dokunmatik bir ekran olarak kullanmayı sağlıyor.



Google Glass'ın her ne kadar başarısı beklenen düzeyde olmasına ve kitlesel satışa geçilememesine rağmen, konsept pek çok firmayı etkilemeye devam ediyor. Navdy adındaki bir start-up, 499 dolara, "araba için Google Glass" sloganıyla lanse ettiği, aracı sürerken gerekli bilgileri (hız, kalan yakıt miktarı...) cama yansıtan projektör benzeri bir aparatı satışa çıkardı.



CISCO'nun öngörüsü artık daha yakın görünüyor

Cisco'nun yıllar önce yayınladığı "Future of Shopping" (Alışverişin Geleceği) videosu, mağazada bulunan bir aynadan ürünleri giymeden üzerinizde nasıl duracağını gösteren, renk ve model değişikliklerini saniyeler içerisinde yapabileceğiniz, herkesin beklediği ancak hala hayatımıza girmeyen akıllı bir aynaya dayanıyordu. 2025'te bu tarz ayna ya da sehpaları Ikea'dan alabileceğimizi düşünüyorum. Belki de daha fazlası bizleri bekliyor olacak, göreceğiz...



ERĞİ ŞENER KİMDİR?

Metamorfoz ICT Inc. kurucu ortaklarından Ergi Şener, yeni nesil ödeme sistemleri ve teknolojileri konusunda, özellikle ürün yönetimi, yeni iş geliştirme ve inovasyon yönetimi odaklarında tecrübeli bir isim. Şener'in inovatif ve yeni teknolojilerin pazara sunulması ve dijital ödeme stratejilerinde de uzmanlığı bulunuyor. Şener, 2005 yılında Sabancı Üniversitesi Mikroelektronik Mühendisliği'nden mezun olduktan sonra, 2007'de aynı üniversitenin "Sanayi Liderleri" yüksek lisans programı kapsamında, telekomünikasyon ve işletme alanlarında yüksek lisansını tamamladı. Halen pazarlama alanında doktora eğitimine devam ediyor.

Ergi Şener, kariyerine NTT (New Tone Technologies) şirketinde kurucu ve iş geliştirme direktörü olarak başladı. Ardından pek çok kurumsal ve global şirkette önemli görevlerde bulundu. Garanti Ödeme Sistemleri Pazarlama Bölümü'nün ardından, 2010'da katıldığı Turkcell Yeni Teknoloji İşleri Bölümü'nde pek çok mobil finansal servisin ürün yöneticisi olarak görev aldı. 2013'te bünyesine katıldığı MasterCard'da, Güneydoğu Avrupa Yeni Nesil Ödemeler İş Geliştirme yöneticisi olarak çalıştı. Ergi'nin Turkcell ve MasterCard'da geliştirdiği, içinde bulunduğu projeler global düzeyde birçok ödüle layık görüldü.



Downtown & Brooklyn NQR

5 yıl daha dokundurmada geçemeyecekler!

HÜSNIYE GÜNGÖR - hgungor@psmmag.com

istanbul'da toplu ulaşımının temassız kart ve mobil ödeme sistemlerine geçmesi 2009'dan beri konuşuluyor. Halihazırda kullanılan İstanbul kart sistem altyapısı bu geçiş için uygun olduğu halde ulaşımın patronları projeyi ağırdan alıyor. Ne zaman gerçekleşeceğine dairse henüz bir açıklama bulunmuyor. Şimdi son birkaç ay içinde Londra'da bulunup da bu büyük metropolde temassız kredi kartlarıyla özgürce seyahat edenler İstanbul'un bu konuda geride kaldığını düşünebilir. Ancak dünyanın en büyüğü New York metrosu (Subway) bile henüz temassız ödeme sistemine geçmiş değil. Üstelik yeni teknolojiye geçiş için telaffuz edilen en erken tarih ise 2020...

Şimdilerde New York'la birlikte 6 büyük ABD şehrinin temassız ve mobil ödeme dönüşümü için açtığı ihalelere Türkiye'den de şirketlerin katıldığı konuşulurken bu ülkedeki ulaşım çözümlerini yakın plana aldık. İşte o şehirlerden bazıları ve ulaşım ağlarının ödemeler açısından durumu...



RAKAMLARLA ABD'NİN METRO AĞI

Şehir	Ulaşım ağı	Açılış tarihi	İstasyon sayısı	Hat uzunluğu (km)	Yıllık kullanıcı sayısı
Atlanta	MARTA	1979	38	77	71.5 milyon
Baltimore	Metro Subway	1938	14	24.9	14.6 milyon
Boston	MBTA	1897	51	61	174.8 milyon
Chicago	Chicago 'L'	1892	145	165.4	229.1 milyon
Cleveland	RTA Rapid Transit	1955	18	31	6.2 milyon
Los Angeles	LA County Metro Rail	1993	16	28	48.7 milyon
Miami	Metrorail	1984	23	40.1	21.7 milyon
New York City	New York City Subway	1870	421	373	1.751 milyon
New York City	PATH	1908	13	22.2	73.6 milyon
Philadelphia	SEPTA	1907	75	59.1	96.5 milyon
Philadelphia	PATCO Speedline	1936	13	22.9	10 milyon
San Francisco	BART	1972	44	167	117.1 milyon
Washington	Washington Metro	1976	91	188	209 milyon

New York'ta, dünyanın en büyük metrosunda kartlarla ve mobil cihazlarla temassız ödemeye geçiş için 2020 yılı hedef belirlendi. Peki ABD akıllı ulaşım çözümleri için neden yavaş davranıyor, diğer şehirlerde durum ne?

En hızlısı Chicago ama...

Boston'da 'T', Chicago'da 'L', New York'ta Subway, San Francisco'da Muni, Los Angeles'ta Metro, Londra'da Tube...

Nasıl bu şehirlerden her birinin kendine has bir kurumsal kimliği varsa, ulaşım kartları da farklı. Bu durum bu şehirleri mobil ödeme alanında yenilikçi proje geliştiren şirketler için girmeye sabırsızlandıkları fırsat bir pazar haline getiriyor. Ancak bu geçiş çoğunda hala mütevazı kağıt biletlerin hüküm sürdüğü bu büyük şehirlerin ulaşım ağlarında oldukça istikrarsız geliyor. Öyle ki Chicago bu büyük şehirler arasında mobil bilet uygulamaları açısından en hızlısı... Ventrada adı verilen uygulama şehrin banliyösüne çalışan tren ağı Metra ile otobüs ağı Pace'te Ekim 2014'ten bu yana test ediliyor. Uygulamayla kullanıcılar yolculuklarının bedelini akıllı telefonlarına önceden indirdikleri sanal biletleri okutarak

ödeyebiliyor. Hala demo aşamasındaki uygulamanın bu yıl içinde başlatılması bekleniyor. NFC özellikli mobil biletleme için telaffuz edilen tarih ise 2016.

Chicago'nun ulaşım şirketi Chicago Transit Authority (CTA) ulaşım sisteminde daha önce Ventrada temassız kartlarla ödeme sistemi uygulamaya koymuş, sistem şirketin toplu taşıma kullanıcılarıyla ilişkisini sekteye uğratmıştı. Bazı kartlar iki katı ücret keserken bazıları çalışmamıştı bile. Ancak bu sorunlar giderildi ve CTA önümüzdeki yılın başı itibarıyla mobil ödemeleri uygulamaya almayı planlıyor.

2016 başında başlatılacak uygulama sayesinde Chicagolular, NFC uyumlu telefonlarına indirdikleri sanal Ventrada kartlarıyla Ventrada geçiş hesaplarına ulaşarak tren ve otobüs yolculuklarının bedelini telefonlarını okuyuculara temas ettirerek ödeyebileceğini bildir-





mişti. Buradaki kilit sorun “NFC uyumlu” ifadesi. Çünkü CTA yolcularının NFC kapasiteli telefonları kabul etmesi oldukça yavaş, bu yüzden de genel olarak uygulamanın yaygınlaşmasının zaman alacağı söyleniyor.

Doğuda işler daha da yavaş

Boston ve New York gibi şehirlerde ise ulaşım şirketleri çok daha büyük ve eski altyapılarla muhatap oluyor. Örneğin, 2003’e kadar jetonlu geçişe izin verilen New York’ta eski usul kağıt MetroCard’ların tedavülünden kaldırılması yıllardır konuşuluyor. Bu muazzam büyüklükteki metropolde yeni bir dijital sistemin yaygınlaştırılması yıllardır öteleniyor. Ancak New Yorkluların aşına olduğu manyetik siyah şeritli sarı mavi “uyduruk” kartların rafa

kalkması 2022’yi bulacak gibi.

İşin bu kadar ağırdan alınmasının en önemli sebebi, çıkabilecek teknik arızalardan duyulan endişe. Milyonlarca metro kullanıcısı göz önüne alındığında bu gerçekten de büyük bir risk. Bu büyüklükte bir şehirde aksi bir durumda doğabilecek kaosu önlemenin tek yolu bu geçişin en doğru biçimde yapılması.

New York’un ulaşım şirketi Metro Transit Authority (MTA), MetroCard’ların NFC mobil ödeme ve temassız kartları destekleyen bir sistemle değiştirilmesi için 450 milyon dolarlık bütçe ayırdı. Plana göre otobüslerde ve Subway’de cep telefonuyla ödeme imkanı 2020’yi, otomatların sisteme dahil edilmesi ise 2022’yi bulacak. Her ne kadar MTA özellikle hangi teknolojiyi kullanacağını belirtmezken “müşterilerin yolculuk ücretlerini temassız banka kartı, akıllı telefon ya da MTA’nın basacağı akıllı kartı elektronik okuyucuya okutarak ödeyecekleri” bir sistemden söz ediyor. Bu değişimi gerçekleştirmeye talip şirketler bunun için açılan ihaleye başvurularını 2016 ortasına kadar yapabilecek. MTA’nın bu plana sadık kalması durumunda bile sistem 2020’ye kadar hazır olmayacak. MetroCard’ların tedavülünden kalkması ise 2022’yi bulacak.

Boston’da sistemin adı Charlie

Boston şehrinin dahil olduğu ulaşım ağı Massachusetts Bay Transportation Authority (MBTA), elektronik biletleme için 4 Aralık 2006’dan bu yana CharlieCard adında Mifare (RFID) tabanlı temassız akıllı kartla çalışan bir sistem kullanıyor.

En son metal jetonun Government Center istasyonunda 6 Aralık 2006’da satıldığı Boston’un CharlieCard’ı adını “Charlie on the MTA” adındaki bir halk şarkısındaki karakterden alıyor. Şarkıya göre Charlie adındaki bu kurgusal karakter o zaman MTA adı verilen metroda trenden inerken ödemesi gereken 5 cent’lik ücreti





ödeyemediği için mahsur kalıyor. Kartın kullanılmaya başlanmasından bu yana Charlie karakteri inşaat ve yönlendirme işaretleri başta olmak üzere MBTA'nın çeşitli işaret tabelalarından kullanıldı.

San Francisco da trendi yakalıyor

San Francisco ulaşım şirketi Municipal Transportation Agency (SFMTA), 6 Ocak 2015'te Muni (Municipal Railway) dahil tüm şehir içi ulaşım ağında kullanılacak, iOS ve Androidler için geçerli olacak bir akıllı telefon mobil para toplama sistemini test edeceğini açıkladı. Muni'ye göre pilot program San Francisco körfez bölgesi genelindeki toplu taşımada kullanılacak mobil ödeme seçeneklerini denemek için yapılan daha büyük bir planın parçası.

Plan dahilinde bölgede genelindeki toplu ulaşım operatörlerinde geçerli olan bölgesel para toplama hizmeti Clipper kartın yeni versiyonunun kullanılması düşünülüyor.

SFMTA bu projeyi Muni müşterilerine sunabilmek için önde gelen bir güvenli mobil biletleme ve ödeme yazılımı sağlayıcısı GlobeSherpa ile işbirliği yapıyor. GlobeSherpa'nın mobil biletleme platformu yolcuların akıllı telefonları ve bir e-ticaret sitesi aracılığıyla bilet satın almalarını ve ödeme yapmalarını sağlıyor. Kullanıcılar banka ya da kredi kartlı bilgileri ya da PayPal hesaplarını kullanarak istedikleri zaman istedikleri yerde bilet satın alabilecek. Pilot uygulamasına 2015 yazında başlanacak sistemin 2020'de tamamen uygulamaya sokulması planlanıyor. ☹

ABD ŞEHİRLERİ NEDEN LONDRA'NIN GERİSİNDE KALYOR?

Londra'nın 2012'de pilot çalışmaları başlayıp Ekim 2014'te de tüm metro sisteminde uygulamaya geçen, gerek temassız kartlar gerekse akıllı telefonlarla kullanılan temassız sistemine önceki sayılarımızda yer vermiştik. Uygulama öyle başarılı oldu ki ülkedeki temassız kredi ve banka kartı kullanımını artırdı. Londra'nın avantajı, halihazırda Oyster Card gibi NFC tabanlı bir teknolojiyi kullanıyor olmasıydı. Diğer avantaj ise 2012 Londra Olimpiyatları ile sağlanan hatırı sayılır fon. Böylelikle teknoloji zaten temassız kartları ve akıllı telefonları olan Londralılar

arasında hızla yayıldı ve başarılı oldu. Kağıt bilet uygulamasından dijital teknolojiye geçiş için gerekli olan fonun sağlanması önemli. Nitekim New York'taki gecikmenin başlıca nedeni de bu fon bulma meselesi. Diğer yandan ABD'li ulaşım operatörleri bu alandaki



plan ve projelerini NFC özellikli kartlar üzerine kuruyor. Ancak ABD'de NFC uyumlu akıllı telefon sahiplik oranı oldukça düşük ve olanlar arasında mobil ödemeyi kullanan tüketici sayısı da yeterli değil. Her ne kadar fiyatların düşmesiyle akıllı telefon sahipliği ve mobil ödeme kullanımı artış eğiliminde olsa da ulaşım operatörleri bu hizmeti kullanma kapasitesine sahip büyük müşteri tabanına sahip olmadıkça bütçelerini bu teknolojilerin adaptasyonu için açmıyor. Gelişen teknolojileri barındıran çoğu sektörde olduğu gibi biri olmadan diğerinin adaptasyonu mümkün olmuyor.

Advertorial

DB Positive sektörde bir ilke imza atıyor:

Pozitif Yaşam ve Algi 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 Algi Yönetimi Konferansı kapsamında 12 oturum, 18 ünlü konuşmacı, sürpriz gösteriler, canlı müzik ve kokteyl parti yer alacak.



**POZİTİF YAŞAM
VE ALGI YÖNETİMİ**
21-22 / 05 / 2015
FOUR SEASONS HOTEL
İSTANBUL AT THE BOSPHORUS
www.dbconference2015.com

Genç, iddialı, fark yaratan fikirler üreten ekibi ile yapılmayı 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 pozitifle 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 yaratıyorsunuz?

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 duyduunuz?

Bu sorunun iki cevabı var diyebiliriz. İlki; DB Positive'in kuruluşu döneminde adımızı belirlerken hemfikir olduğumuz nokta "İnsan kendinde olmayı 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 yöneticisi ve çalışanları; şirketlerin dış müşterilerine verdikleri ürün ve hizmet ile fayda sunan, onları memnun ve

mutlu etmeye çalışan, bu anlamda projeler gerçekleştirilen pazarlama, satış yöneticisi 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

Türk tüketicisi mobilkolik çıktı!

Türkiye, ING Bank'ın 15 ülkede yaptığı "Mobil Bankacılığın Yükselişi ve Dijital Çağda Ödeme Sistemleri" araştırmasına göre, mobil bankacılık kullanımının en yüksek olduğu ülke çıktı. Bitcoin kullanımında bile tüm ülkelere fark atmışız...

ING Bank; mobil bankacılık, sosyal medya ve finansal davranışlar başlıkları altında yaptığı uluslararası araştırmanın sonuçlarını yayınladı. Avrupa, Amerika ve Avustralya'yı kapsayan 15 ülkeden 12 bin katılımıyla gerçekleştirilen araştırma, Türkiye'de mobil bankacılığın yükselen potansiyelini gözler önüne seriyor.

ING Bank'ın "Mobil Bankacılığın Yükselişi ve Dijital Çağda Ödeme Sistemleri" başlıklı araştırmasına göre Türkiye, mobil bankacılık ve mobil alışverişte başı çekiyor. Nakitten en hızlı vazgeçen ülke de Türkiye'de, Bitcoin gibi dijital para birimlerini kabullenme oranının en yüksek olduğu ülke de... Hal böyle olunca ING Bank Türkiye, geçen ayın sonunda araştırmanın sonuçlarının değerlendirildiği bir basın toplantısı düzenledi.

İşte o araştırmanın sonuçları ve ING Bank Bireysel Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Barbaros Uygun'un ING Bank Türkiye'nin mobil bankacılık alanında geliştirdiği çözümlere ilişkin değerlendirmesi...

Mobil bankacılığın en hızlısınız

Araştırma sonuçlarına göre, mobil cihaz sahibi internet kullanıcıları arasında mobil bankacılık uygulamaları kullanımının en yüksek olduğu ülke Türkiye. Bu veriler ışığında Türkiye, internet penetrasyonunun artmasıyla yakın gelecekte mobil bankacılık alanında en hızlı büyüme yaşayacak pazar olarak tanımlanıyor. Türkiye'deki internet kullanıcılarının yüzde 65'i halihazırda mobil bankacılık uygulamalarını kullanıyor. Yüzde 20'si de önümüzdeki 1 yıl içinde mobil bankacılık kullanacağını ifade ediyor. Araştırma sonuçlarına göre Türkiye, bu oranlarla mobil bankacılık kullanımında tüm Avrupa ülkelerinin ve ABD'nin önünde yer alıyor. Örneğin Avrupa genelinde mevcut mobil kullanıcıların oranı yüzde 53, potansiyel kullanıcıların oranı ise yüzde 11 olarak görülüyor... Araştırma, mobil cihazlar üzerinden alışveriş alışkanlıklarına yönelik de dikkat çekici veriler içeriyor. Türkiye, mobil cihazlardan alışveriş konusunda da diğer ülkelerin açık ara önünde yer alıyor. Araştırmaya göre, Avrupa ve ABD'de her iki kişiden biri son bir

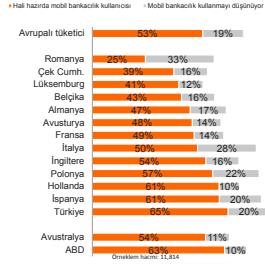
ING International Survey

Mobil bankacılık kullanım oranı en yüksek olan ülke «Türkiye»

ING International Survey

- Mobil cihaz sahibi olan internet kullanıcıları arasında yapılan araştırmada mobil bankacılık kullanım oranının en yüksek olduğu ülke Türkiye
- İnternet ve mobil cihaz penetrasyonunun artması ile Türkiye'nin gelecekte mobil bankacılığın önemli merkezlerinden biri olacağı düşünülüyor

Mobil bankacılığı kullanıyor musunuz?
• "Evet" ve "Hayır, ama önümüzdeki 12 ay içinde kullanmayı düşünüyorum" şekilde yanıt verenlerin yüzdesi



Yıl içinde mobil cihaz üzerinden alışveriş yapmış. Avrupa genelinde mobil cihaz kullanıcılarının yüzde 58'i akıllı telefon veya tablet üzerinden satın alma yaptıklarını açıklıyor. Türkiye'de ise bu oran yüzde 84'e ulaşıyor.

Mobil bankacılık mobil alışveriş de tetikliyor

ING Bank'ın araştırmasının sonuçları, mobil bankacılık kullanıcılarının tablet ve akıllı telefonlarını para yönetiminin yanı sıra online alışveriş için de kullandığını ortaya koyuyor. Yani mobil bankacılık kullanıcıları mobil alışveriş yapmayı daha çok tercih ediyor. Türkiye'deki mobil bankacılık kullanıcılarının yüzde 93'ü son bir yıl içinde mobil cihazını bir şeyler satın almak için kullanmış. Avrupa genelinde bu oran yüzde 79'a iniyor.

Mobil üzerinden alışverişte en çok rağbet gören ürünlerse elektronik ve giyim. Avrupa'da online alışverişe en yakın olan kesimi 35 yaş altı erkekler oluşturuyor. Erkek kullanıcıların fazla oyun ve elektronik cihaz, kadın kullanıcıların kıyafet satın alıyor.

Mobil, Avrupa'da daha çok erkekler tarafından tercih ediliyor. Türkiye'de ise bu konuda kadınlar başı çekiyor. Avrupalı erkeklerin yüzde 61'i, kadınların yüzde 54'ü son bir yıl içinde akıllı telefon veya tabletleri üzerinden alışveriş yaptıklarını ifade ediyor. Türkiye'de mobil alışveriş yapan erkeklerin oranı yüzde 80'e, kadınlarınki ise yüzde 87'ye yükseliyor. Türk kullanıcılar mobil cihazları üzerinden yüzde 56'lık oranla en fazla giyim, yüzde 47'yle de elektronik alışveriş yapıyor.

Türkiye'de nakit kullanımı azalıyor

Araştırma, tüketicilerin nakit ödeme alışkanlıklarını da inceleyiyor. Türkiye, yüzde 68'lik oranla nakit kullanımının son bir yıl içinde en fazla azaldığı ülke olarak dikkat çekiyor. Mobil ödeme uygulamalarına ilginin artıyor olması da araştırmanın dikkat çeken sonuçlarından. Buna

Avrupa genelinde

mobil cihaz kullanıcılarının
yüzde 58'i akıllı telefon veya
tablet üzerinden

satın alma yaptıklarını açıklıyor.

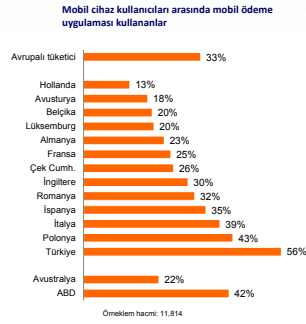
Türkiye'de ise

bu oran yüzde 84'e ulaşıyor...

Mobil ödeme uygulamalarının en yaygın kullanıldığı ülke «Türkiye»

ING International Survey

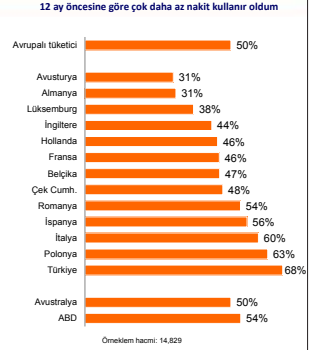
- Avrupa'daki ülkelerin çoğunda mobil ödeme uygulamalarını küçük bir azınlık kullanırken bu oran Türkiye'de yüzde 56'ya yükseliyor



En fazla nakit kullanımının azaldığı ülke «Türkiye»

ING International Survey

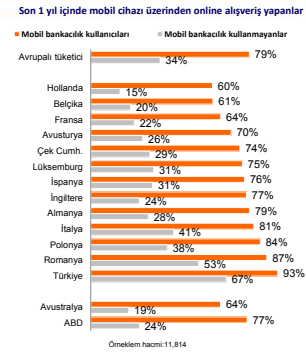
- Avrupa'da insanların yarısı artık çok daha az nakit para kullandıklarını ifade ediyor.
- Türkiye, yüzde 68 ile nakitten en hızlı vazgeçen ülkeler arasında başı çekiyor.



Türkiye'de mobil bankacılık kullanıcıları «online alışveriş seviyor»

ING International Survey

- Türkiye'de mobil bankacılık kullanıcılarının yüzde 93'ü son 1 yıl içinde mobil cihazını bir şeyler satın almak için kullanmış. Bu oran mobil bankacılık kullanmayanların arasında yüzde 67'ye düşüyor.



göre önümüzdeki dönemde Avrupa genelinde ve Türkiye'de mobil ödeme uygulamalarının kullanımının artacağı ifade edildi.

Türkiye aynı zamanda yüzde 45'lik oranla, 15 ülke içinde dijital para birimlerinin en yüksek oranda kabul gördüğü ülke durumunda. Buna karşılık Avrupalı tüketicilerin sadece yüzde 28'i Bitcoin benzeri dijital para birimlerini "online harcamanın geleceği" olarak görüyor. İlginçtir; araştırmaya Türkiye'den katılanların yüzde 9'u daha önce Bitcoin kul-

landığını ifade ediyor. Bu oranla Türkiye, Avrupa ortalamasının 5 puan üzerinde yer alıyor.

Tüketicilerin mobil ödeme uygulamalarını tercih etme nedeni ise hız ve kolaylık. Araştırma, önümüzdeki bir yıl içinde mobil ödeme uygulaması kullanmayı düşünenlerin oranını da ortaya koyuyor. Mobil ödeme uygulamalarını kullanmayı düşünen veya kullanma ihtimali olduğunu belirtenler listesinde Türkiye, yine yüzde 78 gibi yüksek bir oranla en üst sırada yer alıyor. Avrupa'da ise bu oran yüzde 51.

Mobil bankacılık kullanan parasını daha iyi yönetiyor

Avrupa genelinde kullanıcıların yüzde 85 gibi önemli bir kısmı, mobil bankacılığın para yönetimini iyileştirdiği görüşünde. Türkiye'de ise mobil bankacılık kullananların yüzde 94'ü mobil bankacılık sayesinde para yönetimlerinin gelişme kaydettiğini dile getiriyor.

Yine Avrupa genelinde yüzde 48 oranında kullanıcı, mobil bankacılık sayesinde finansal durumlarını daha iyi kontrol ettiğini belirtiyor. Bu oran Türkiye'de de benzer bir şekilde yüzde 47.

Araştırmaya Türkiye'den katılanların yüzde 38.4'ü mobil bankacılık kullanımı sayesinde hiçbir ödemeyi kaçırmadığını, yüzde 37.1'i faturalarını zamanında ödeyebildiğini, yüzde 24.9'u ise daha az limit aşımı yaptığını belirtiyor. Yüzde 22.4'lük katılımcı da daha çok tasarruf etmeye başladığını ifade ediyor.

"Bankacılık lisansına sahip teknoloji şirketiyiz"



Barbaros Uygun / ING Bank Bireysel Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı

Türk insanının teknoloji adaptasyon kabiliyeti sektörün dijitalleşmesine önemli katkı sağlıyor. Biz de ürün ve hizmetlerimizi mobil platformlarımıza entegre ediyoruz. Bireysel bankacılıktaki hızlı büyümemize, yeni dönem bankacılık stratejimizin omurgası olan mobil ve dijital platformlarımızın ciddi katkısı oldu. Mobil bankacılık kullanıcı sayımız 2014'te bir önceki yıla oranla 5 katına çıktı. Mobil cihazlar üzerinden bankacılık işlemlerini yapan müşterilerimizin dijital kanallarımızı kullanan toplam aktif müşterilerimiz içindeki oranı ise yüzde 66'ya yükseldi. ING Bank olarak, "eski köye yeni âdet" yaklaşımımızla bankacılıkta yeni bir dönemi başlattık. Teknoloji yatırımlarımız ve geliştirdiğimiz uygulamalarla ING

Grubu'nun Avrupa'daki deneyim merkezi haline geldik. Sektörde fark yaratan dijital bankacılık uygulamamızı ParaMara ile kısa sürede 65 bin aktif kullanıcıya ulaştık. ParaMara aynı zamanda ING Grubu'nun 2014 İnovasyon Fonu'ndan pay alan 5 projeden biri oldu. Şimdi ParaMara'yı Apple Watch üzerine taşıyoruz. Son olarak, ParaMara altyapısını kullanarak Avrupa'da da kullanılabilen bir mobil cüzdan uygulamasını hayata geçirmeye hazırlanıyoruz. İnovasyona dayalı teknolojik uygulamalarımızla hızlı müşteri artışı yakalamaya bu yıl da devam edeceğiz. Özellikle öngörülse analitiğe odaklanarak, geleneksel CRM ve sosyal CRM'i birbirine entegre edeceğiz. Halen Avusturya'nın mobil bankacılık yazılımları üzerinde çalışan ING Bank Türkiye, yakın zamanda Avrupa'nın ATM yazılımlarını da sağlayacak.

ÖDEME SİSTEMLERİ SEKTÖRÜNÜN RAKİPSİZ DERGİSİ

Sektörün tüm temsilcilerini
kapsayan zengin içerik

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

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

Abone Formu

PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE



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

Adı Soyadı:

Adresi:

Posta Kodu:

Şehir:

Tel:

Faks:

Ödeme Bilgileri

Yıllık abonelik bedeli olan 120 TL'yi

Medya Gündem Digital Yayıncılık Ticaret A.Ş.'nin

Türkiye İş Bankası Taksim (1052) Şubesi 0895916 no'lu hesabına yatırdım, fotokopisi ektedir.

Garanti Bankası Cumhuriyet Caddesi Şubesi (772) 6299155 no'lu hesabına yatırdım, fotokopisi ektedir.

Denizbank Harbiye Şubesi (2060) 7716533-351 no'lu hesabına yatırdım, fotokopisi ektedir.

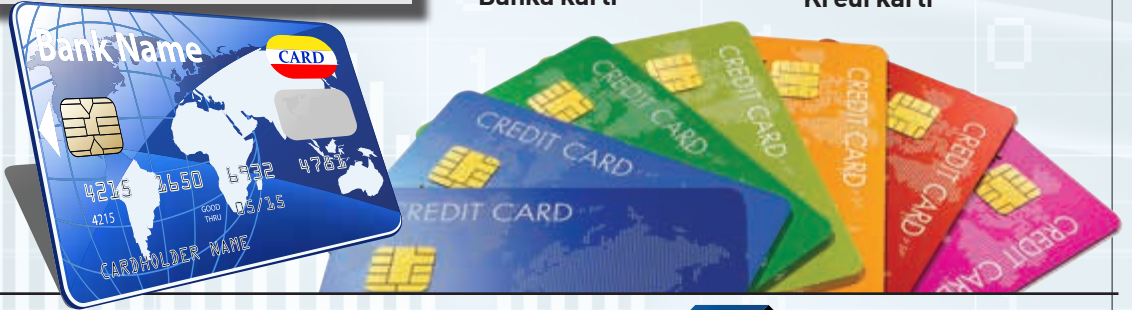
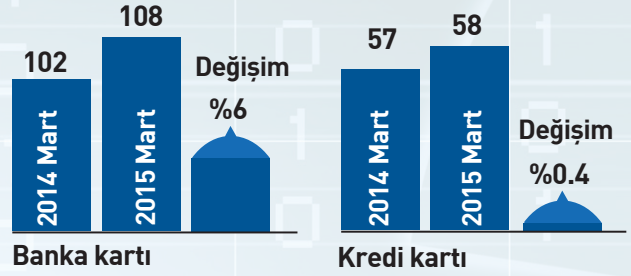
Bu formu 0 212 238 72 07 no'lu faksa ya da Cumhuriyet Cad. No:181 Efser Han Kat:8 Harbiye - Şişli / İstanbul adresine gönderiniz.

Banka kartı kullanımı artıyor kart borçları düşüyor

TABLO 1

Kredi kartı ve banka kartı sayısı toplamı 166 milyona ulaştı

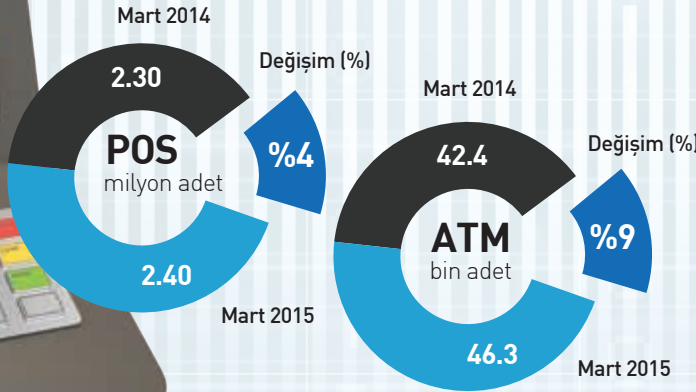
Bankalararası Kart Merkezi (BKM), 2015 yılı mart ayı kartlı ödeme verilerini açıkladı. BKM verilerine göre, mart ayı sonunda Türkiye'de 108 milyon banka kartı ve 58 milyon kredi kartı bulunuyor. 2014 yılı mart ayıyla kıyaslandığında banka kartındaki yüzde 6'lık artışa karşın kredi kartı sayısının neredeyse yerinde saydığı görülüyor. Son 12 ayda 200 bin adet artan kredi kartı sayısı 58 milyona ulaşabildi.

Kart sayıları
(Milyon adet)

TABLO 2

POS pazarı yazarkasa dönüşümüne göre şekillenecek

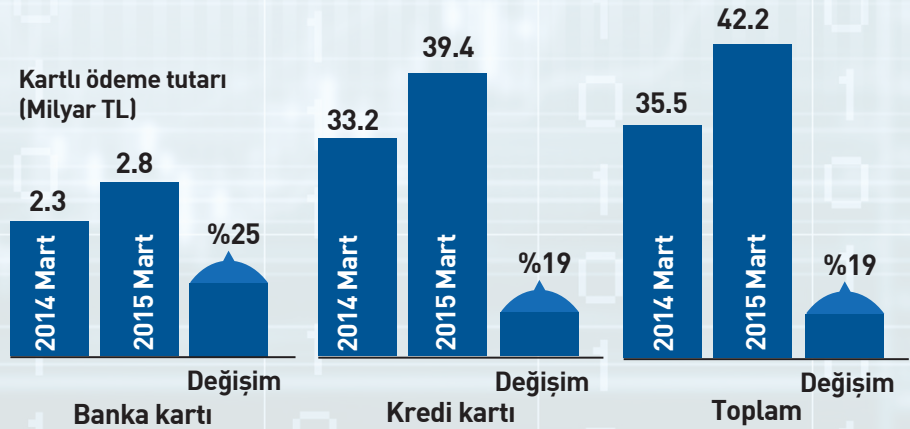
2015 yılı sonuna kadar tüm yazarkasaların yeni nesil ödeme kaydedici cihazlarla değiştirilmesi gerekiyor. Bu zorunluluğun POS taleplerine de yansımaları bekleniyor. 2014 yılının mart ayına göre POS sayısı yüzde 4 artışla 2.4 milyona ulaşırken, ATM sayısı yüzde 9 artışla 46.3 bine yükseldi.



TABLO 3

Kart kullanımı artmaya başladı

Banka kartı sayısındaki yükseliş ödemelerde de kendini gösteriyor. BKM verilerine göre, mart ayında toplam 42.2 milyar TL tutarında kartlı ödeme yapıldı. Bu tutarın 39.4 milyar TL'sini kredi kartları, 2.8 milyar TL'sini ise banka kartlarıyla yapılan ödemeler oluşturdu. Önceki yılın aynı dönemine göre büyüme oranları kredi kartıyla ödemelerde yüzde 19, banka kartıyla ödemelerde ise yüzde 25 oranında artışa işaret ediyor.

Kartlı ödeme tutarı
(Milyar TL)

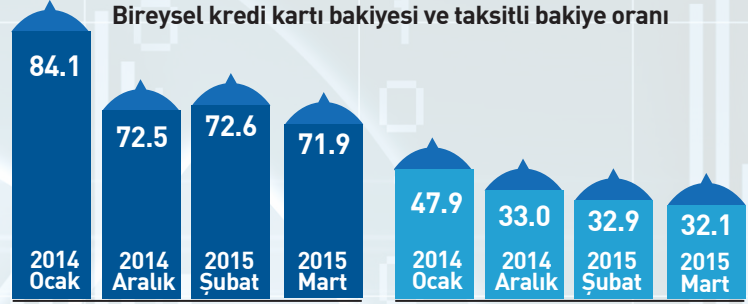
Banka kartlarının kartlı ödeme adedindeki payı



TABLO 4

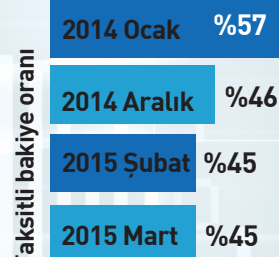
Kart borçları azalmaya devam ediyor

Kart kullanımındaki artışa karşılık kart kullanıcıları borçlarını zamanında ödemeyi sürdürüyor. Bu sayede kart borçluluğunda 2014 yılı başından itibaren yaşanan düşüş trendi mart ayında da devam etti. 2014 yılı sonunda 72.5 milyar TL olan toplam kart borçları, üç ay içerisinde 71.9 milyar TL'ye kadar geriledi.



Bireysel kredi kartı bakiyesi (Milyar TL)

Bireysel kredi kartı taksitli bakiye (Milyar TL)



Kaynak: BDDK



TABLO 5

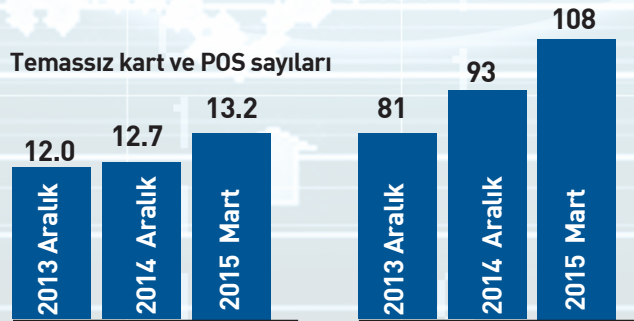
7.9 milyar TL'lik taksitli ödeme yapıldı

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) açıkladığı verilere göre, gayri safi yurtiçi hasılının (GSYH) yüzde 2.9 büyüdüğü 2014 yılında hane halklarının tüketimi yüzde 1.3 oranında arttı. Kartlı ödemelerdeki yavaşlamaya rağmen kartlı ödemelerin hane halkı tüketimine oranı artarak yüzde 38 oldu. Bu oran geçen yıl yüzde 37, 2012 yılında ise yüzde 35'ti. Böylece bu yıl daha fazla ödeme kartlar sayesinde kayıt altına alındı ve "nakitsiz ödeme" vizyonuna bir adım daha yaklaşmış oldu.



Kartlı ödemelerin hane halkı tüketimine oranı

Temassız kart ve POS sayıları



Temassız özellikli kredi kartı sayısı (Milyon adet)

Temassız özellikli POS sayısı (Bin adet)

TABLO 6

Temassız ödemelerle zaman kazanmaya devam ediyoruz

2015, temassız ödemelerin daha hızlı yaygınlaşacağı bir yıl olacak. Nitekim yılın ilk 3 ayındaki artış da bunu net bir şekilde gösteriyor. Geçen yıl 12 ay boyunca 700 bin civarında artan temassız kredi kartı sayısı bu yıl ilk 3 ayda 500 bin arttı ve 13 milyon adedi geçti. Temassız POS sayısındaki artış ise daha belirgin görülüyor. Geçen yıl temassız işlem yapabilen POS'ların sayısı 12 bin artmıştı. İlk 3 ayda bu rakam 15 bin arttı ve temassız özellikli POS sayısı 108 bine ulaştı.

UnionPay kredi kartı hacminde MasterCard'ı geçti

2014 yılında banka ve kredi kartlarıyla 195 milyar adedin üzerinde işlem yapıldı. Kartlarla toplam ürün ve hizmet satın alma hacmi ise 2.8 trilyon dolar arttı. Kart sayısı açısından dünya lideri olan UnionPay'ın işlem sayısı ve satın alma hacmindeki atağı da dikkat çekiyor...

Nilson'ın Global Cards (Küresel Kartlar) 2014 raporu, ödeme sistemlerinde taşların yerinden oynadığını, dengelerin değiştiğini gösteriyor. Veriler eşliğinde kartlar ve mobil ödeme-lerdeki en son trendleri yansıtan rapora göre, 2014 yılında American Express, Diners Club/Discover, JCB, MasterCard, UnionPay ve Visa markalı kartlarla 195.56 milyar adet işlem yapıldı. Bu rakam, 2013 yılına göre 24.28 milyon adet (yüzde 14.2) artışa işaret ediyor. Söz konusu kartlarla toplam ürün ve hizmet satın alma hacmi ise 2.8 trilyon dolar (yüzde 18.3) artış kaydetti.

Banka kartlarında hacim lideri UnionPay

Rapor, UnionPay banka kartlarının satın alma hacmi açısından en popüler ödeme yöntemi haline geldiğini ortaya koyuyor. Banka kartlarında UnionPay'ı Visa izliyor. UnionPay, kredi kartlarıyla satın alma hacminde Visa'nın gerisinde kalırken, MasterCard'ı geçmeyi başardı. MasterCard banka kartları ise American Express kredi kartlarını geride bıraktı.

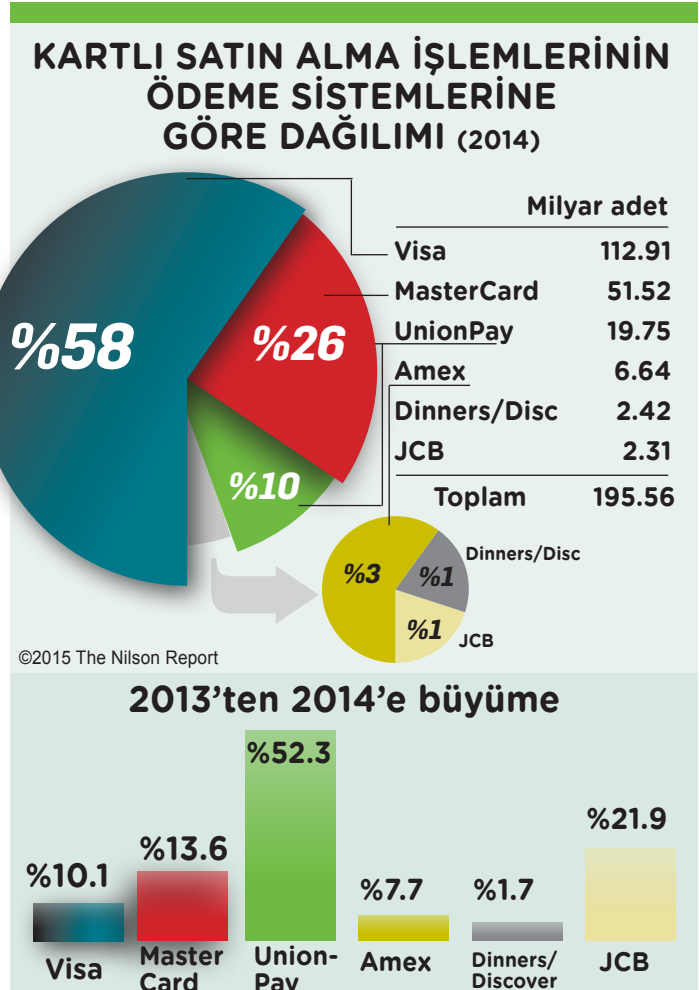
Geçen yıl her 100 dolarlık satın alma işleminin 55 doları Visa ve MasterCard markalı kartlarla yapıldı. Bu rakam 2013 yılında 59 dolardı.

2014'te 100 dolarlık satın almanın 37 doları Visa kartlarla gerçekleşti. Bu rakam 2013 yılında 40 dolardı.

UnionPay markalı kartların her 100 dolarlık satın almadaki payı ise 37 dolar oldu. Bu tutar 2013 yılında 33 dolardı.

İşlem sayısında Visa iki kategoride de lider

Geçen yıl UnionPay logosu taşıyan kredi kartları ve banka kartlarıyla yapılan satın alma işlemleri yüzde 52.3 oranında arttı.





AMERICAN EXPRESS

Diners Club INTERNATIONAL

JCB

MasterCard

UnionPay 银联

VISA

Adet bazında yıllık işlem artışı ise 6.78 milyar oldu. Bu rakam Visa için 10.40 milyar, MasterCard içinse 6.17 milyar oldu.

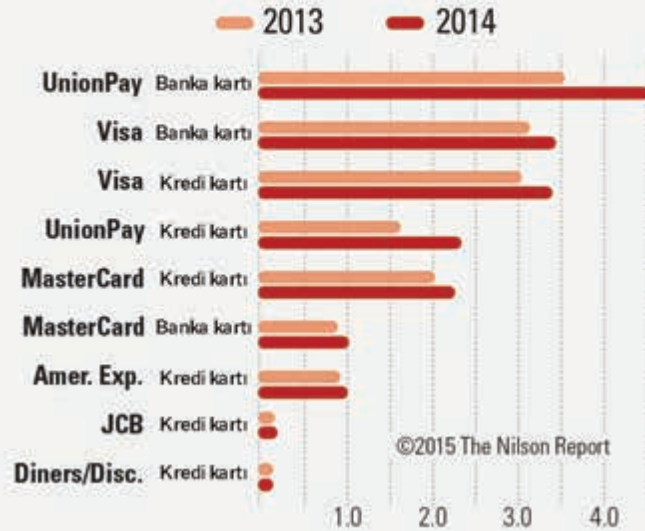
Öte yandan, UnionPay banka kartlarıyla yapılan satın alma işlemlerinin sayısı ilk kez American Express kredi kartlarını geçti.

Visa banka kartları, yüzde 36.79 payla en fazla satın alma işleminin sağlayıcısı olmaya devam etti. Onu yüzde 20.95 ile Visa kredi kartları, yüzde 13.76 ile MasterCard kredi kartları, yüzde 12.58 ile MasterCard banka kartları, yüzde 5.45 ile Union Pay kredi kartları, yüzde 4.65 ile UnionPay banka kartları, yüzde 3.40 ile American Express kartları, yüzde 1.24 ile Diners Club/Discover kartları, yüzde 1.18 ile de JCB kartları izledi.

Kart sayısında dünyanın en büyüğü UnionPay

2002 yılında kurulan China UnionPay (CUP), 2004'ten bu yana Çin dışında da global platformda faaliyet göstermeye başladı. 4.7 milyar kartla dünyanın en büyük ödeme sistemi olan UnionPay'ın kartları, Çin dışında 40 ülkede tüketicilere sunuluyor. Bu kartlar 150'yi aşkın ülkede kullanılabilir.

KART TÜRÜNE GÖRE SATIN ALMA HACMİ (Trilyon \$)



Alışveriş elektronik ödeme nakit



300 milyon internet kullanıcısıyla dünya ikincisi olan Hindistan'ın nakde dayalı ekonomisi, e-ticaretteki başarıyı yavaşlatıyor. Ülkede kredi kartı sahibi olanların oranı yüzde 2 bile değil...

Hindistan dünyanın en hızlı büyüyen e-ticaret pazarlarından biri. Ancak ülkenin online perakende altyapısı bu büyüme hızına yetişemiyor. Birleşmiş Milletler tarafından hazırlanan yeni endeks, Hindistan'ın online tüketicilerine hizmet verebilme kriterine göre Brezilya, Çin ve Sri Lanka'nın dahil olduğu dünyanın bir çok diğer ekonomisinin oldukça gerisinde kaldığını gösteriyor.

Hindistan, Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı'nın B2C e-ticaret endeksinde, internet kullanıcı sayısı, güvenli server altyapısının olup olmaması, kredi kartı penetrasyonu ve posta dağıtım kriterlerine göre belirlenen sıralamada 130 ülke arasında 83'üncü sırada yer alıyor.

Endeksteği yerine gerçekçe olarak Hindistan'ın nakde dayalı ekonomisi gösteriliyor. Dünya genelinde e-ticaret insanların "satın al" butonunu kullanma, tek "tk" ile sipariş verme ve mobil ödeme gibi özelliklerle gelişirken Hindistan henüz nakit odaklı ticaret sistemini nasıl ele alacağıyla ilgili sorunu çözebilmiş değil. Sebebi ister bankacılık altyapısının eksikliği ister nüfusun büyük çoğunluğunun kredi kartı kullanmaya hevesli olmaması olsun, nakit Hindistan'da hala kral muamelesi görüyor.

Geçen ay Wall Street Journal, Hindistan'ın oldukça

kalabalık rakamlardaki online tüketicilerine ağzına kadar dolup taşan sırt çantalarıyla dağıtım yapan motorize ekiplerin fotoğrafını ilk sayfasına taşımıştı...

Bu arada, ülkede oldukça zayıf olan posta dağıtım hizmetinin boşluğunu motosikletli kurye dağıtıcılar dolduruyor. Hindistan'ın en büyük e-ticaret platformlarından Flipkart ve Snapdeal, daha hızlı hizmet sağlayabilmek için bu kurye sistemine dayanan bir hizmet sunuyor. Giderek daha fazla online perakendeci ürünlerini müşterilerine ulaştırmak için bu sisteme güveniyor. Flipkart yüzde 44, Snapdeal ise yüzde 32'lik pazar payıyla e-ticaret pazarına liderlik ediyor.

Sistem teslimatta ödemeyle dönüyor

Hindistan nüfusunun neredeyse tamamı evlerinde posta dağıtım hizmetine ulaşabiliyor. Ki bu e-ticaret ekonomisi için önemli bir artı. Ancak yine rapora göre Hindistan ağırlıklı olarak nakde dayalı bir ekonomi ve internette yapılan alışverişin yüzde 80'i teslimat esnasından nakit olarak ödeniyor. Yine Hindistan'da 15 yaşın üstünde olup da kredi kartı sahibi olma oranı sadece yüzde 1.8. 2013 yılı verilerine göre 1 milyon kullanıcı başına düşen güvenli server sayısı ise 48.

Yine aynı çalışmada, online perakendecilik ABD, Brezilya, Birleşik Krallık, Almanya ve Rusya gibi ülkelerde e-ticaretten en yüksek payı alan Hindistan'da online satışların 4'te 3'ünün seyahatle ilgili olduğu belirtiliyor. Hindistan, 300 milyonun üzerinde olan internet kullanıcısıyla Çin'den sonra ikinci büyük internet pazarına sahip. Önümüzdeki 5 yıl içinde akıllı telefon kullanıcı sayısının ikiye katlanması, internet kullanıcılarının da iki katından daha fazla artması bekleniyor.

Hindistan'da yabancı şirketlerin internette çoklu mal satışına izin verilmiyor. Ancak yabancılar, çoklu satıcıların satmak için mallarını listeleyebilecekleri pazaryeri teknoloji platformları işletebiliyor.

İNTERNET KULLANIMINDA İKİNCİ SIRADA AMA...

- Hindistan, 300 milyon internet kullanıcısıyla Çin'den sonra ikinci büyük internet pazarı.
- 15 yaş üstü nüfusun sadece yüzde 1.8'inin kredi kartı var.
- 1 milyon internet kullanıcısı başına düşen güvenli server sayısı 48.
- Online harcamaların yüzde 75'i seyahatle ilgili.
- Online alışveriş ödemelerinin yüzde 80'i teslimat sırasında nakit olarak yapılıyor...

MICROSOFT ÖDEMELER DÜNYASINA GİRİŞ İÇİN RESMİ ADIMI ATTI

Microsoft'un ödemeler dünyasına adım attığının resmi kanıtı olarak Ulusal Mortgage Lisanslama Sistemi (NMLS) web sitesinde Microsoft Payments Inc. adına yapılan başvurunun ekran görüntüsü gösteriliyor. Redmont merkezli teknoloji devinin para gönderme lisansını ilk onaylayanlardan biri ise Idaho Eyaleti Finans Departmanı oldu. Microsoft'un bu lisans için 50 eyaletin tamamı için başvurusu bulunuyor. Microsoft Payments Inc'in ABD Hazine Bakanlığı Finans Suçları İnfaz Ağı'na (FinCEN) para gönderme, sağlama ve ön ödemeli hizmetlerin satışıyla ilgili kaydı da var.

Uzmanlar, Idaho eyaletinden alınan lisans ile FinCEN kaydını, Microsoft'un mobil ödemeler alanında Apple ve Google ile tam bir rekabete soyunduğunun göstergesi olarak değerlendiriyor.

Gerçi Microsoft'un ödemeler alanına girmesi o kadar büyük bir sürpriz değil. Şirketin geçenlerde Çin'deki WinHEC Konferansı'nda izleyicilerle paylaştığı sunum videosunda, Windows 10 telefonlarında NFC güvenli element ya da HCE kullanan bir uygulama aracılığıyla ödeme kartlarının numaralarının saklanacağı "Ödeme için Tıkla" adlı özelliğin yer alacağı açıklanmıştı. Yine daha önce, Windows 10 telefonların destekleyeceği parmak izi, göz tarayıcı ya da yüz tanımlamayla kullanılacak biyometrik tanımlama özelliği de duyurulmuştu.



İNGİLTERE'DE MOBİL ÖDEMELİ POMPA DEVRİ BAŞLADI

Sürücülerin satın aldıkları yakıtın bedelini ödemek için arabalarından inerek istasyondaki ödeme noktasına gittiği günler geride mi kalıyor? Shell'in Birleşik Krallık'ta (İngiltere) başlattığı mobil ödeme sistemiyle ilk adımlardan biri atılmışa benziyor...

Shell müşterilerinin hayatını kolaylaştırmayı hedefleyen ve PayPal ortaklığıyla geliştirilen mobil ödeme sistemi, bir akıllı telefon uygulamasıyla sunuluyor. Ödeme süreci oldukça basit. Müşterilerin tek yapması gereken boş bir pompaya giderek telefonundaki uygulamadan pompanın numarasını seçmek. Böylece aktif hale gelen pompayla deposunu dolduran sürücünün cep telefonuna bir uyarı mesajı geliyor ve ödeme onaylanıyor.

Bu ödeme sisteminin testini 2013'te yapan Shell, aldığı sonuçlardan cesaretleterek sistemi ülke çapında uygulama kararı almış. Geçen ay başlayan hizmet, ilk etapta Shell Driver's Club üyeleri için ülke çapındaki bin istasyonda kullanıma açık olacak. Uygulama yıl içinde tüm sürücülerin kullanımına açılacak.



POLONYA'DA ATM'Yİ AYAĞINIZA GETİRİYORLAR!

Polonyalı Idea Bank, akıllı telefonlarla şirketlerin ayağına çağırabileceği ATM'lerle donatılmış bir otomobil filosu kuruyor. Başlangıç olarak 4 adet elektrikli BMW i3 model otomobil, nakit kasası da olan ATM'lerle donatıldı. Bu hizmetin özellikle Idea Bank'ın para toplama uygulamasını kullanan küçük şirketlerce kullanılabilmesi belirtiliyor. Girişimciler ayrıca, önceden belirledikleri yer ve zaman için rezerve etmek suretiyle bu hizmetten faydalanabiliyor. Araçların mevcut konumları harita üzerinden de takip edilebiliyor.

Idea Bank'ın Polonya'da gerçekleştirdiği bir araştırmaya göre iş sahiplerinin 3'te 1'i sadece nakit işlem yaparken, 3'te 2'si nakitle birlikte farklı ödeme yöntemleri de kullanıyor. Araştırmaya katılanların yüzde 80'i paralarını bankaya çoğunlukla da akşam saatlerinde kişisel olarak götürüyor. Banka müşterilerinin para yatırıp çekme işlemlerini güvenle yapabileceği ATM'li ilk araç Varşova'da kullanılmaya başladı. Hizmet popülerlik kazandıkça diğer şehirlere de götürülecek. Proje Android ve iOS telefonlar için mobil çağırma uygulamasını geliştiren iTaxi ortaklığıyla geliştirilmiş.





Ne hileciyim ne kötü, sadece parayı gönderemiyorum ,,

Çok değil, bundan binlerce yıl evvel Illi-wedaku adlı bir tüccar, Puzur-Assur adlı başka bir tüccara mektup yazıyor ve “Neden beni orada meslektaş ve arkadaşlarıma şikayet edip duruyorsun... Unutma, ne hileciyim ne de kötü. Sadece parayı gönderemiyorum” diyor.

Ticaretin içinde olanlar için bu sözler hiç de yabancı değil. Üstelik piyasada nakit sıkıntısının çekildiği bugünlerde ticaret erbabı olup da bu konuda telefon ya da e-posta almayan yoktur sanırız.

Girişte bahsettiğimiz mektubun tek farkı ise milattan önce (MÖ) 19’uncu yüzyılda, kil bir tablet üzerine, eski Asur dilinde yazılmış olması. Nereden mi biliyoruz? Zamanında iş aktivitelerini kayda dökmek için icat edilen çivi yazılı tabletler bugün İstanbul Arkeoloji Müzesi’nde sergileniyor da ondan...

İşte o tabletlerin günümüze aktardığı bazı iş hikayeleri...

Finans sisteminin ilk izleri

Milattan önce 2000’li yıllara ait Akatça ve Asurca tabletlerin aktardığı bilgilere göre o devirde Kayseri (Kültepe Höyüğü) ve civarı oldukça organize. Hatta sistem neredeyse bugün kullanılan sistemin başlangıcı...

Örneğin faiz miktarları belli; yüzde 30 ya da 33. Geçerli akçe altın karşılığı gümüş. Para basımı yok ama para yerine gümüş parçacıklar kullanıyorlar. İş ortaklıkları, borç alıp verme, kredi var. Bugünkü bankaçılık sisteminin tamamının Asurluların geliştirmiş olduğu sisteme dayandığı söyleniyor.

Ticaret odası bile var

Tabletlerden edinilen bilgilere göre, Asurlu tüccarların Anadolu’da temsilcileri, avukatları, habercileri var. Hatta iş kanunları, iş mahkemeleri ve savcı yerine geçen kişiler de. Yeri geldiğinde ticaret yapan kralların bile izin almak zorunda olduğu bir ticaret odası var. Kayseri’de bulunan ‘bitkarum’ adı verilen kurum bugünkü anlamıyla tam bir ticaret odası gibi çalışıyor. Tüccarlar işlerini bu kurumla hallediyor, gerekirse bu kurumdaki kredi alabiliyorlar. Bildiğimiz anlamda kredi... Asurca karşılığı ‘etişu’ ve taksitle borç ödeme anlamına geliyor. Borcu aynı miktarlara bölmüşler ve yıllık, mevsimlik gibi farklı vadelerle geri ödeme yapabiliyor. Örneğin ‘hamuşum’ denen bir ödeme süresi var ki 7 güne denk geliyor.

Bazı tabletlerde sermayedar olarak geçen itibarlı insanlar var, bugünkü anlamda para ödünç veriyorlar.



Illiwedaku’dan Puzur-Assur’a. Niçin beni orada meslektaş ve arkadaşlara şikayet edip duruyorsun. Diyorsun ki: “Illiwedaku parayı gönderdiyse hesap için dikileceğim. Göndermediyse Karum’a ayak basmayacağım. Malı adresime gönderin. Unutma, ne hileciyim ne de kötü. Yalnızca parayı gönderemiyorum. Bu nedenle bunları söylüyorsun. Ne kendimi adam yerine, ne de beni evladın yerine koyuyorsun. Gel yüz yüze görüşelim diyorsun. Kil, Karum-Kaniş (Kültepe), MÖ 19. yy, Eski Asur dili

BKM EXPRESS'LE MOBİL YAŞA, MOBİL ÖDE!

BKM Express uygulamasını hemen indir,
cepten cebe 7/24 para gönder,
internet alışverişlerinin ödemesini gerçekleştir.



Ücretsiz uygulamayı indirmek için:



B K M
express

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

SİZİN GÜVENDİKLERİNİZ BİZE GÜVENİYOR

Teşekkür ederiz.



Kullanıcıyla dost,
Yeni Nesil YAZARKASA POS
Profilo VeriFone VX 680-E1



PROFİLO
ÖDEME SİSTEMLERİ

0850 222 72 72
R2 R2
profilodemesistemleri.com

Verifone®