

PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

HAZİRAN 2015 / SAYI: 50 / FİYATI: 10 TL

www.psmmag.com

mikrosaray™



TEKNOLOJİ SARAYININ MÜTEVAZİ AMA KARARLI EKİBİ

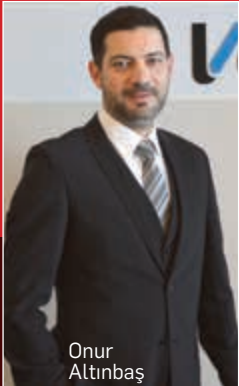
VERGİ MÜKELLEFLERİ, YAZARKASA VE POS ÜRETİCİLERİ, BANKALAR, TELEKOM ŞİRKETLERİ YENİ DÖNEME HAZIRLANIYOR

BÜYÜK YAZARKASA DÖNÜŞÜMÜ BAŞLADI

ISSN: 2148-8983



9 772148 898306



Onur
Altınbaş

Verifone®

**“Yazarkasanın
Bentley’ini
yapıyoruz”**



Gökhan
Ertürk



**Bankalar
kartları yeniden
karmaya başladı**



Burak
Ceylaner



**“POS çöplüğü
ortadan kalkacak”**

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

Sopa sağlam, havuç da güzel olmalı!

Fiş topladığımız, vergi iadesi formları doldurduğumuz günleri hatırlıyor musunuz? Ya o "Fiş almazsak kaç para olur" diye yapılan pazarlıkları...

Hala da fiş ya da faturasız alışveriş için pazarlıklar yapıldığına tanık oluyoruz ancak ilk Kayıt Dışıyla Mücadele Eylem Planı'nın devreye sokulduğu 2008 yılından bu yana önemli aşamalar kaydedildiği de bir gerçek.

Kayıt dışıyla mücadele için atılan önemli adımlardan bir diğeri, Ekim 2013'te başlatılan yazarkasa POS uygulaması olmuştur. Bu projenin ikinci basamağı olarak da Ocak 2016'ya kadar bütün yazarkasaların yeni nesil ödeme kaydedici cihazlarla değiştirilmesi öngörüldü. Yetiyecek mi yetişmeyecek mi derken Gelirler İdaresi Başkanlığı (GİB), üç firmanın yeni nesil yazarkasa cihazına üretim onayı verdi. Bu cihazlar Olivetti, Profilo ve Hugin markasını taşıyor. Başvuru yapan diğer firmaların da yakında onay alması bekleniyor.

Aslında yazarkasa POS cihazlarının da yeni nesil yazarkasa olarak kullanılmasının önünde engel yok. Ancak özellikle küçük esnafın, en ucuzu 1.500 lira civarında olan bu cihazları almakta ne kadar istekli olacağı merak konusu. Bu noktada yeni nesil sabit yazarkasaların fiyatının da 1.000 TL'ye yakın olacağı yönünde duyurular alıyoruz.

Tabii bu dönüşümde işletmecinin maliyeti sadece cihaz bedeliyle sınırlı olmayacak. Eski yazarkasalarda kağıt ve kartuş dışında pek fazla bir maliyet söz konusu değildi. Şimdi SIM kart, internet bağlantısı, TSM bedeli gibi birçok yeni maliyet söz konusu. Ayrıca bilgilerin saklanması ve işlem güvenliğinde sorumluluk da bankalardan yazarkasa ve POS firmalarına geçiyor. Onları da bazı uzmanlara göre 50-60 bin doları bulabilecek güvenli veri merkezi maliyeti bekliyor.

Bu tür dönüşümlerde ceza yaptırımların ülkemizde pek etkili olmadığını biliyoruz. Nitekim yazarkasa POS dönüşümünde de hemen hiç ceza uygulanmadığını görüyoruz. Sonuçta yazarkasa dönüşümünde de gönüllülük esas olacak. Cihazların yaygınlığını artırmak, vergi mükellefi için cazip hale getirmek için cihaz üreticileri, bankalar, GSM şirketleri ve işletmelerin hep birlikte katkı yapacağı kampanya modelleri geliştirilebilir.

Tabii hiç "sopa" olmaması da düşünülemez. Bu konuda da başta GİB olmak üzere kamunun denetim mekanizmalarını kullanarak haksız rekabete engel olacağını umuyoruz.

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, Hüsniye 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

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

FOTOĞRAF
Gökhan Taşçı

REKLAM & REZERVASYON
Seda Uygun
suaygun@psmmag.com

YÖNETİM YERİ
Medya Gündem Dijital Yayıncılık ve Tic. A.Ş.
Cumhuriyet Cad. No: 181, Efsar 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 alınıp yapılamaz.
Köşe yazıları yazarlarının sorumluluğundadır.

İÇİNDEKİLER

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE • HAZİRAN 2015



42

18



36

58

46



28



30

AYIN EKİBİ MİKROSARAY Teknoloji sarayının mütevazı ama kararlı ekibi



6 VİTRİN
1.75 milyar telefon susacak, 87 bin uçak düşecek..!

18 DİJİTAL KÜRE
“Deneyim tasarımı ve yapay zeka dönemi başlıyor”

24 SÖYLEŞİ
Bankalar kartları yeniden karmaya başladı

28 YAZARKASA/POS
Verifone yazarkasanın Bentley’ini yapıyor

36 YAZARKASA
İşte Türkiye’nin ilk yeni nesil yazarkasası

38 YAZILIM
“Türkiye’nin yeni markaları mobilden çıkacak”

42 MOBİL ÖDEME
4 bin metrekarelik mağazada kasa kuyruğu yok!

44 VİZYON - JOHN CHAPLIN
Mobil ödemelerde küresel trendler

46 MOBİL ÖDEMELER
İngilizler açık ara lider, Amerikalılar atığa kalktı

50 M-TİCARET
Neden mobilden alıp satmalıyım?

52 KAMPANYA
Basit düşün, basit yaşa, basit öde!

54 TEKNOLOJİ GÜNDEMİ
Silikon Vadisi’ne bir de bu gözle bakın!

E-FATURA
Faturanızı Paraşüt ile gönderebilirsiniz!

60 KONUK YAZAR - MURAT ERDÖR
Yeni e-ticaret yasası tüketicilere ve şirketlere neler getirecek?

62 EXTRE
Kredi kartlarıyla 5.4 milyar TL tasarruf ettik

64 DÜNYADAN
Çipli kartlar çığ gibi artıyor



► 1.75 milyar telefon susacak, 87 bin uçak düşecek..!

Veri depolama ve yönetimi alanında dünyanın lider şirketlerinden NetApp, yaklaşık 30 farklı kaynaktan faydalanarak "veri"siz geçen tek bir günün özeti çıkarıldı. Hazırlanan infografikte, akıllı telefonların işlevsiz kalmasından hava tahminlerinin yapılamamasına, milyar dolarlık e-ticaret kayıplarından sağlık ve enerji sektörlerinin sekteye uğramasına kadar veriye bel bağlanmış bir dünyada olası bir felaket senaryosu çiziliyor. Verinin olmadığı bir günde;

- Dünya çapındaki 1.75 milyar akıllı telefon sahibi telefonlarını kullanamayacak. E-posta kullanıcıları, 24 saat içinde 182 milyar mesaj gönderip alamayacak.
- E-ticaret yapanlar 2 milyar dolarlık satış kaybı yaşayacak. 244 milyon Amazon, 149 milyon eBay üyesi bundan olumsuz etkilenecek.
- Dünyanın bir diğer ucundan bankadaki hesaplara erişilemeyecek.
- 2018'de 1.12 milyar olacağı tahmin edilen, petrol ve doğal



gaz endüstrisinde kullanılan, hücresel bağlantı veya uydu bağlantısına sahip cihazlar kullanılmayacak.

- ABD'de masa başındaki hekimlerin yüzde 78'i ve hastanelerin yüzde 59'u hastaların elektronik sağlık kayıtlarına erişemeyecek; hayati tehlike oluşturan tıbbi sorunlarda bu kayıtlar referans olarak alınamayacak.
- Dünya çapında 16 milyon 320 bin

araca yol gösteren navigasyon cihazları çalışmayacak. Hava trafik kontrol sistemleri çalışmayacağı için 87 bin uçak yere çakılacak.

- Sosyal medyada 500 milyon tweet, 70 milyon Instagram fotoğrafı paylaşamayacak. O gün, 864 milyon Facebook kullanıcısı ortalama 39 dakikasını geçirmek, yaklaşık 4.75 milyar paylaşım yapmak ve 10 milyardan fazla mesaj göndermek için bu mecrayı kullanamayacak. YouTube kullanıcıları da aynı gün 4 milyardan fazla video izleme fırsatı bulamayacak.
- Dünya çapındaki 903.3 milyon pay-TV abonesi boş ekranla yetinmek zorunda kalacak...

SİLİKON VADİSİ'NE GİRİŞİN BİLETİ İSTANBUL'DA



Türkiye'nin önde gelen hızlandırıcı programı ve erken aşama yatırımcısı Etohum, Avrasya bölgesinin en önemli girişimcilik etkinliği Startup İstanbul için farklı kategorilerde ve kısıtlı sayıda indirimli bilet alternatifleriyle erken kayıt dönemini başlattı. Geçen yıl Startup İstanbul'da birinci olan ve aldığı yatırımla dünyaya açılan Connected2.me gibi, Silikon Vadisi'nden yatırımcı bulmak isteyen girişimciler için çok önemli olacak bu etkinlikte dünyanın her yerinden girişimcileri yatırımcılarla buluşacak.

Bu yıl 3-5 Ekim 2015 tarihleri arasında 40 ülkeden 1500'den fazla katılımcıyı ağırlaması beklenen Startup İstanbul, web sitesi üzerinden indirimli kayıt başvurularını (early bird) almaya başladı.

► Visa, FIA Formula E'ye sponsor oldu

Visa Europe, elektrikli yarış araçlarının mücadele ettiği FIA Formula E'nin yarışlarının resmi ödeme hizmetleri sponsoru oldu. Sadece elektrikle çalışan yarış araçlarını kullanan 10 takımın yarıştığı FIA Formula E, FIA (Uluslararası Otomobil Federasyonu) tarafından organize ediliyor.

Visa Europe ve FIA Formula E işbirliği, Visa Europe Satış ve Pazarlama Direktörü Mark Antipof ve Formula E CEO'su Alejandro Agag'ın katıldığı bir toplantıyla duyuruldu. Mark Antipof konuyla ilgili yaptığı açıklamada, "Visa Europe'un vizyonu, tüm Avrupa'da ödemelerin daha akıllı çözümlerle, daha kolay ve her zamankinden daha güvenli şekilde yapılmasını sağlamak. Formula E'nin elektrikli otomobil yarışlarında ve geleceğin motor teknolojisinde devrim yaratacak yaklaşımıyla, bu işbirliğinin her iki tarafın geleceği



şekillendirme hedefine katkı sağlayacak tamamlayıcı bir birliktelik yarattığına inanıyorum" dedi.

Formula E CEO'su Alejandro Agag ise "Formula E, temiz enerji ve sürdürülebilirliği teşvik ederken gelecekte

elektrik kullanımındaki değişime de liderlik ediyor. Visa Europe'un inovatif çözümler konusunda sergilediği öncü vizyonu, pazardakiengin tecrübesiyle geniş erişim ağı, bu geleceği gerçekleştirmek, geleceği hayata geçirmek açısından bu işbirliğini çok önemli bir adım haline getiriyor" değerlendirmesini yaptı.

YENİ NESİL YAZAR KASA POS'A AKBANK FARKIYLA GEÇİN

- Akbank şubelerinde Ingenico İWE280 yazar kasa POS 1.283 TL* indirimli satış fiyatıyla!
 - Yıl sonuna kadar aylık 30 TL olan ÖKC POS hizmet ücreti hediye
 - Akbank kredi kartlarıyla alanlara vade farksız 6 ay taksit imkanı
 - Akbank uygulamasıyla ilk işlemi yapanlara 50 TL chip-para hediye



*Şubelerimizden yapılacak satışlarda 31 Temmuz 2015 tarihine kadar Akbank kredi kartlarınızla tek çekim veya vade farksız 6 taksitli olarak 1.283,04 TL'ye Ingenico İWE280 yazar kasa POS'a sahip olabilir, dilerseniz ödemenizi Akbank hesabınızdan havale yöntemi ile de yapabilirsiniz. Şubelerimiz kanalıyla satışı yapılan cihazlardan 31 Aralık 2015 tarihine kadar aylık 30 TL olan "ÖKC POS ücreti" alınmayacaktır. Cihaz kurulumunun yapılması için, bağlı bulunduğunuz vergi dairesinden alınan izin yazısının Ingenico firmasının tr.izinbelgesi@ingenico.com e-posta adresine veya 0212 366 48 03 - 0212 269 69 02 faks numaralarına iletilmesi gerekmektedir. Ardından, Ingenico firması yetkili servisleri sizi işyerinizde ziyaret ederek Ingenico İWE280 model yazar kasa POS kurulumunu gerçekleştirecek ve cihaz faturasını teslim edecektir. İzin belgesinin aslı kurulumu gerçekleştiren personel tarafından teslim alınacaktır. Cihazlara yönelik yaşanabilecek olumsuzluklarda banka sorumlu değildir, Ingenico firması ile görüşülmelidir. 31 Temmuz 2015 tarihine kadar yazar kasa POS cihazları üzerine Akbank uygulamasını kurdurarak ilk işlemi yapan müşterilerimize cihaz başına 50 TL chip-para hediye edilecektir. Detaylar için AkbankPOS.com, şubeniz veya 444 28 28 Akbank POS Destek Hattımız ile iletişime geçebilirsiniz.

291 bin kişi kredi kartı borcunu ödeyemedi

Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezi tarafından hazırlanan "Negatif Niteklilikli Bireysel Kredi ve Kredi Kartı Mart Raporu"na göre, yılın ilk üç ayında bireysel kredi veya kredi kartı borcundan dolayı 384 bin kişi yasal takibe girdi. Aynı yıl içinde birden fazla kaydı bulunan kişilerin tekilleştirilerek sayılmasıyla hazırlanan veriler; yılın ilk üç ayında, bireysel kredi borcundan dolayı yasal takibe uğrayan kişi sayısının, geçen yılın ilk üç ayına göre yüzde 1 azalarak 175 bin kişi olduğunu gösteriyor. Bireysel kredi kartı borcundan dolayı yasal takibe uğrayan kişi sayısı ise aynı dönemde yüzde 13 artarak 291 bine yükseldi. Bireysel kredi veya bireysel kredi kartı borcundan dolayı yasal takibe intikal etmiş toplam kişi sayısı ise 2015 yılının ilk üç ayında, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 7 artarak 384 bin oldu.

Öte yandan yine TBB tarafından açıklanan Ocak-Nisan 2015 dönemindeki karşılıksız çek adedi, önceki yılın

aynı dönemine göre yüzde 15 artarken, karşılıksız işlemi yapılan çeklerin tutarı ise yüzde 61 oranında artış gösterdi. Bankalara ibraz edilen 7.2 milyon adet çekin parasal tutarı 204 milyar TL oldu. Nisan 2015 itibarıyla adet olarak en fazla karşılıksız çek işlemi yapılan 5 il sırasıyla İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya oldu.



NESNELERİN İNTERNETİ 1.9 TRİLYON DOLAR KAZANDIRACAK

Lojistik sağlayıcı DHL ve Cisco, Dubai'deki DHL Global Teknoloji Konferansı'nda birlikte hazırladıkları "Nesnelerin İnterneti" konulu yeni Trend Raporu'nu tanıttılar. Rapor, bugünkü 15 milyar cihaza karşılık 2020 yılında birbiriyle bağlantılı 50 milyar cihaz olacağını öngörüyor. Bu teknolojik devrimin işletmeler açısından ne anlama geleceğine



odaklanan rapor, artan gelir ve düşük maliyet modeli, daha çok bağlantı sayesinde şirketler arasında yayılacağına işaret ediyor. Böylece depolama, yük taşıma gibi tedarik zinciri noktalarında internet ve ağ bağlantısıyla önemli bir potansiyel sağlanacak. Tedarik zinciri ya da lojistik operasyonu olan tüm şirketler

için "nesnelerin interneti" müşterilere özel teslimat seçeneklerinden, daha verimli depolama ve nakliyye kadar düzen değiştirici bir etki yaratacak.

Cisco'nun ekonomik analizine göre "nesnelerin interneti" dünya çapında gelecek 10 yılda 8 trilyon dolar riske maruz değer yaratacak.



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



nShield Connect



payShield 9000



nShield Solo



nShield Edge



nShield Connect

THALES HSM Çeşitleri Verisoft Güvencesiyle Size Çok Yakın...

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



verisoft
Security Alliance

THALES



verisoft

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

► NGN, Star of Bosphorus ile IDC'de

Yerli ve yabancı veri merkezi yatırımcılarının ilgisini çeken İstanbul, IDC Data Center 360° Roadshow 2015 etkinliğine ev sahipliği yaptı. 14-15 Mayıs tarihleri arasında gerçekleştirilen etkinliğin İstanbul ayağının ana sponsoru NGN, İstanbul Tuzla'da faaliyete girecek Türkiye'nin en büyük veri merkezlerinden "Star of Bosphorus"u katılımcılarla buluşturdu. Etkinlikte NGN'in çatısı altında bulunduğu Rusya'nın IT şirketi CROC'un veri merkezleri konusunda uzman üst yöneticisi Ruslan Zaedinov da "CIO'ların öncelikleri" konusunda bir sunum yaptı. En önemli karar verme kriterlerini bu

sunumda vurgulayan Zaedinov, konuya sistematik bir yaklaşım için rehberlik edecek bilgileri katılımcılarla paylaştı. İstanbul Tuzla'da yatırımını süren ve yılın son çeyreğinden itibaren faaliyete başlayacak olan veri merkezinde Türkiye'nin en büyük firmalarına, maliyetleri azaltan ve verimliliği artıran uçtan uca veri merkezi çözüm ve hizmetleri sunulacak. Yaklaşık 24 bin metrekare kapalı alanıyla Türkiye'nin en büyüğü olmayı hedefleyen merkezde, 2 binin üzerinde standart kabinetin işletimi gerçekleştirilecek.



DECATHLON, PAYPAL İLE İŞBİRLİĞİNE BAŞLADI

Türkiye'de 10 mega-spor mağazası bulunan Avrupa'nın önemli spor perakende zincirlerinden Decathlon'un online alışveriş sitesi decathlon.com.tr, PayPal ile işbirliğine başladı. Toplam 50 farklı spor dalında her tür sportif ekipman, kıyafet, aksesuar ve yenilikçi ürünü satan Decathlon'dan online alışveriş yapan PayPal kullanıcıları, ödemelerini çok daha kolay ve hızlı yapabilecek. PayPal kullanıcıları, Decathlon ürünlerini sadece e-posta adresleri ve şifrelerini kullanarak satın alabilecek.

► Ödeme sistemlerinin yeni dönemi tartışıldı

Hız, kolaylık, fiyat avantajı gibi nedenlerle son yıllarda tercih nedeni haline gelen ve hacmi giderek büyüyen e-ticaret sektörü ödeme ve çalışma sistemlerinde, son mevzuat değişiklikleri kapsamında, tüm C2C internet siteleri, e-para şirketleri, ödemeye ve tahsilata aracılık eden kurumlar ve MO-TO/VPOS ile işlem yapan işletmeleri yakından ilgilendiren önemli gelişmeler yaşanıyor. 26 Mayıs Salı günü BMI Conferences organizasyonu ile Taksim Rixos Hotel'de düzenlenen "E-Ticaret ve Ödeme Sistemlerinde Yeni Dönem" konulu sempozyumda, 6493 Sayılı Kanun ile 5464 Sayılı Taslak Tebliğ'in getirdikleri, yeni dönemde firmaların yapması gerekenlerle ele alındı.

Moderatörlüğünü Ecole İstanbul Profesyonel Bilgi Hizmetleri kurucusu Yrd. Doç. Dr. Cüneyt Dirican'ın yaptığı programda, Cordisnetwork Genel Müdürü ve ETICAD Yönetim Kurulu Üyesi İbrahim Durak, TÜRKKEP CEO'su Yüksel Samast, YTT Hukuk Bürosu kurucularından avukat Kortan Toygar ve gazeteci Serhat Ayan konuşma yaptı. Etkinlikte, elektronik para ve ödeme sistemlerinin geleceği, Türkiye'de ödeme sistemleri pazarı ve verilerinin yanı sıra 6493 Sayılı kanunun sektöre getirdiği yenilikler tartışıldı.



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



► Paywizard, ISO lisansı aldı

Paywizard, MasterCard tarafından verilen ISO (Independent Sales Organization Bağımsız Satış Organizasyonu) lisansını aldı. Böylece Paywizard, Türkiye’de ödeme sistemleri ürünlerinin bankalar ve servis sağlayıcılar adına müşterilerle buluşmasını sağlayan ISO lisanslı ilk ve tek satış organizasyonu oldu. Paywizard Genel Müdürü İlker Diker, bu lisansın ne anlama geldiğini ve ilgili taraflara faydasını şöyle anlatıyor: “ISO, MasterCard ve VISA tarafından onaylanan lisanslı firmalarının genel ismidir. ISO lisansı, üye işyeri hizmeti veren kuruluş ya da servis sağlayıcısı adına üye işyerlerine ödeme sistemleri servislerinin satışını sağlayan ve banka olmayan/bankadan bağımsız tüzel kişilere veriliyor. ISO lisansına sahip olan şirketler, satış ekipleriyle POS terminali satabiliyor ya da kiralayabiliyor, aynı zamanda sahada gerekli tüm hizmetleri veriyor. Bölgesel olarak yapılan bu şirketler, milyonlarca üye işyerine ulaşmak ve ürünlerini satmak için yoğun operasyon gerektiren maliyetli bir işi bankalar adında üstlenerek önemli bir boşluğu dolduruyor. Bu ekipler, aynı zamanda üye işyerlerinin müşteri memnuniyetini sağlıyor. ISO lisansına sahip olan organizasyonları, üye işyeri hizmeti veren kuruluş ya da servis sağlayıcısı ile müşteri arasındaki kontak noktası olarak da tanımlayabiliriz.”



İlker Diker

UPT İLE MONEYTRANS GÜÇLERİNİ BİRLEŞTİRDİ



Francisco Sanchez-Apellaniz

Erol Ulu

Türkiye’nin ilk yerli para transfer şirketi UPT (Uluslararası Para Transferi) ile Avrupa’nın en hızlı büyüyen para transferi şirketi MoneyTrans güçlerini

birleştirdi. Yeni ortaklık, 26 Mayıs 2015 Salı günü İstanbul’da gerçekleşen IMTC-EMEA (Uluslararası Para Transferi Konferansı) 2015 Konferansı’nda imzalandı. UPT CEO’su Erol Ulu, yeni işbirliği anlaşmasının büyümelerine yeni bir ivme kazandıracağını söyledi. MoneyTrans’ı özellikle Türklerin ve diğer yabancıların yoğun yaşadığı Belçika, Hollanda ve Fransa gibi ülkelerde kendi ofislerinin ve yaygın acente ağlarının olması nedeniyle tercih ettiklerini söyleyen Ulu, “İki yıl gibi kısa bir sürede 222 ülkede, 400 bin işlem noktasına ulaşan UPT, 5 kıtada büyümeye devam ediyor. Bu anlaşma da bu büyümeye önemli bir güç katacak” dedi. MoneyTrans’ın kurucusu ve CEO’su Francisco Sanchez-Apellaniz ise anlaşmayla ilgili şu değerlendirmeyi yaptı: “Türkiye bizim için stratejik bir pazar ancak bunun tek nedeni Avrupa’da yaşayan çok sayıda Türk vatandaşının olması değil, Türkiye’nin sahip olduğu eşsiz konumu sayesinde Avrupa, Ortadoğu ve Afrika arasında gerçekleşen işlemlerin merkezinde olması da bizim için çok önemli. Bu nedenle UPT ile yaptığımız ortaklığın bizim müşterilerimize önemli bir fayda sağlayacağına ve UPT’nin Avrupa ve diğer komşu bölgelerde de hızla yayılacağına inanıyoruz.”

SİNEMANIN KARTI MAXIMUM

1 MAYIS- 30 HAZİRAN
TARİHLERİ ARASINDA
TOPLAM 2.000 TL
HARCAMAYA **2 ADET**
CINEMAXIMUM
BİLETİ HEDİYE!

CINEMAXIMUM'LARDA
TÜM FİMLER
HER GÜN
İLK SEANSTA
MAXIMUM
KART'LA **7 TL**

cinemaximum

Gerçek Sinema

maximum

Ayrıntılı bilgi: maximum.com.tr



Cinemaximum gişelerinde İş Bankası Maximum özellikli kredi kartları için her gün saat 12.30'a kadar başlayan ilk seanslarda geçerli olacak 7 TL fiyat uygulaması Maximum Seans olarak adlandırılacaktır. Maximum Seans uygulamasına IMAX ve IMAX 3D film gösterimleri de dahil olup, VIP salon gösterimleri hariçtir. Uygulama, 31.12.2015 tarihine kadar geçerlidir. Hediye Cinemaximum Bileti kampanyasına katılmak için "SİNEMA" yazıp, boşluk bırakarak kredi kartının son 6 hanesinin 4402'ye SMS'le gönderilmesi gerekmektedir. Ziraat Maximum Kartlar, Maximum Aidatsız ve İş'te Üniversiteli Aidatsız kredi kartları, Bankamatik Kartları, ön ödemeli kartlar, Şirket Kredi Kartları ve Vadematik Kartlar kampanyaya dahil değildir. İş Bankası kampanya koşullarında değişiklik yapma hakkını saklı tutar.

► izyico'ya IFC önderliğinde 16 milyon TL'lik yatırım



Türkiye'de ödeme sistemleri alanında çok sayıda e-ticaret şirketine hizmet veren izyico, aldığı yeni yatırım ile büyümesini sürdürecektir. Dünya Bankası Grubu üyesi IFC'nin (Uluslararası Finans Kurumu) önderliğinde gerçekleşen ve IFC'nin en büyük paya sahip olduğu toplam 16 milyon TL'ye ulaşan yeni yatırımla izyico, Türkiye'de ve bölgede lider ödeme sistemi olma hedefine ulaşmak için içinde satın almaların da dahil olacağı gerekli tüm adımları atacak.

Tüm dünyada, yaptığı yatırımlarla büyümekte olan şirketlerin hem yerel hem de yabancı pazarlarda genişlemesini hedefleyen ve bu şirketlere danışmanlık veren IFC, izyico'ya yapılan yatırımda 8 milyon TL'lik paya sahip. Türkiye'de teknoloji firmalarına erken dönem girişim sermayesi sağlayan ve izyico'ya yapılan ikinci tur yatırıma dahil olan 212 ise bu turda 6.5 milyon

TL seviyesinde bir yatırım yaptı. Toplam 16 milyon TL'ye ulaşan yatırımda, Speedinvest 1 milyon TL, Türkiye'de daha önce Yemeksepeti ve Peak Games'e yatırım yapan ve yatırımcıları arasında LinkedIn'in kurucusu Reid Hoffman gibi isimlerin yer aldığı Endeavor Catalyst ise 500 bin TL'lik yatırımla yer alıyor. izyico CEO'su Barbaros Özbugutu, yatırımla ilgili "Türkiye'de lisanslı ödeme hizmetleri şirketi olmak için gereken tüm kriterleri yerine getirip, BDDK'ya ilgili başvuruyu yapan ilk şirketler arasında yer alıyoruz. Bu aşamadan sonraki hedefimiz, sadece Türkiye'de değil bölgede de lider ödeme sistemi olmak. Aldığımız yeni yatırım, bu önemli hedefimize ulaşmak için bize çok büyük bir güç verecek. izyico'nun bölgenin lider ödeme sistemi haline gelmesi için agresif bir şekilde büyümeye devam edeceğiz" açıklamasını yaptı.

Kredi Kayıt Bürosu, hayal edenleri ödüllendirdi



Kredi Kayıt Bürosu'nun hayata geçirdiği "Hayal Edin Gerçekleştirilebilir" sosyal sorumluluk projesinin ikinci döneminde ödüller sahiplerini buldu. Türkiye genelinde başta İstanbul, Denizli, Trabzon, İzmir, Ankara ve Antalya olmak üzere toplam 60 ilden 99

farklı üniversitenin ön lisans, lisans ve yüksek lisans öğrencilerinin çevre, eğitim, sağlık, spor, kültür-sanat ve toplumsal kategorilerinde toplam 560 proje başvurusu alındı.

Nisan ayında yapılan jüri değerlendirme toplantısında 6 kategorideki 30 proje arasından jüri oylarıyla belirlenen en başarılı 18 proje ödül almaya hak kazandı. 6 Mayıs'ta İstanbul'daki İş Sanat Kültür Merkezi'nde düzenlenen ödül töreninde, Facebook üzerinden sosyal medya oylamasıyla seçilen projeye "Sosyal Medya Oylaması Birincilik Ödülü", tüm kategoriler arasından en yüksek puanı alan projeye "Büyük Ödül" ve her kategorinin "Birincilik", "İkincilik" ve "Üçüncülük" ödülleri verildi.

Yarışmada, "Büyük Ödül"ü jüriden en yüksek puanı alarak, sağlık kategorisindeki "Sen Oradaysan Biz De Oradayız" projesiyle Acıbadem Üniversitesi'nden Pırıl Yıldız ve Sılasu Arıkan kazandı. Proje sahipleri 10 bin TL'lik büyük ödülün de sahibi oldu.

★ *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



RUBAN d'HONNEUR ÖDÜLÜ İKİNCİ KEZ CARDTEK'İN OLDU



Ahmet Akgün

Cardtek, iş dünyasının Oscar'ı olarak kabul edilen Avrupa İş Dünyası Ödülleri'nde "Türkiye Ulusal Şampiyonluğu"nun ardından şimdi de Ruban d'Honneur ödülünü kazandı. Hatırlanacağı gibi Cardtek, European Business Awards (Avrupa İş Ödülleri) 2014-2015 ödül programının ülke elemelerinde birçok rakibini geride bırakarak "İş Hacmi" kategorisinde Türkiye Ulusal Şampiyonu olmuştu. Ulusal şampiyonların aralarında yarıştığı ve Avrupa kıtası genelinde kazananların 26 Mayıs'ta Londra'da açıklandığı törende ise Cardtek, "İş Hacmi" kategorisinde Ruban d'Honneur Ödülü aldı. Bu yıl 8'inci dağıtılan Avrupa İş Dünyası Ödülleri'nin kazananları, 10 kategori için 33 ülkeden 20 binin üzerinde firmayla temasa geçilerek belirlendi.

Cardtek CSO'su Ahmet Akgün, "Avrupa'nın en büyük şirketlerinin yarıştığı ve bölgenin en prestijli ödül programında ikinci kez ödül almak gurur verici. Ödeme sistemlerinin öncü ülkelerinden Türkiye'de edindiğimiz tecrübeyi Avrupa ve tüm dünyayla paylaşıyoruz. Cardtek olarak başarılarımızın global otoriteler tarafından da görüldüğü ve ödüllendiriliyor olması, doğru yolda ilerlediğimizin göstergesi" dedi.

Bağımsız bir program olan "Avrupa İş Dünyası Ödülleri", Avrupa'da faaliyet gösteren başarılı ve yenilikçi firmalara veriliyor. İş dünyasınca "Oscar" ödülleri kadar saygın bir organizasyon kabul edilen bu yarışma, Avrupa'nın önde gelen prestijli işadamları, akademisyenleri, medya ve siyaset temsilcileri tarafından da destekleniyor. Ödüllerin bir diğer amacı da Avrupa iş dünyasının gelecekteki şekil ve esaslarını belirleyici rol üstlenmek.

► Austria Card'ın temassız mobil etiketi ödül aldı

Austria Card, ACE Mobile Tag uygulamasıyla Uluslararası Kart Üreticileri Birliği'nin (ICMA) Mükemmellik Ödülü'nü (Élan Award of Excellence) kazandı. Çek bankası Česka Sporitelna için geliştirilen ve 60 aday arasından ödüle layık görülen bu temassız çözüm, birliğin 25'inci yıldönümünde "Kullanıcıların Tercihi" kategorisinde birinci oldu. Söz konusu ödüller, hem kart tasarımı hem de teknolojik yenilik alanlarında dünya çapında başarıya ulaşmış çözümlere veriliyor.

Avrupalı tüketicilerin kullanımı daha kolay ve pratik olan temassız ödemelere ilgisi giderek artıyor. Halen 70 binin üzerinde temassız ödeme kabul eden POS'un bulunduğu Çek Cumhuriyeti'nde de temassız ödemeler oldukça popüler. Sayı Türkiye'yle kıyaslandığında az olsa da temassız özellikliler, Çek pazarındaki tüm POS cihazlarının yüzde 65'ten fazlasına denk geliyor. Austria Card'ın iş ortağı Schreiner PrinTrust ile birlikte geliştirdiği ve ödeme kartları ile mobil ödemeler arasında köprü işlevi gören teknoloji, tüketicilerin herhangi bir mobil cihaza temassız ödeme fonksiyonu eklemesine olanak sağlıyor. 3 yıldır geliştirilen ACE Mobile Tag, temassız kartlara alternatif olmasının yanı sıra onları tamamlayıcı bir çözüm olarak da gösteriliyor. Temassız

ödemelere ek olarak sadakat programları, biletleme, otorizasyon gibi diğer uygulamalar da çözüme entegre edilebiliyor. Etiket sim karta gömülüyor ve müşteri verisine göre kişiselleştirildikten sonra müşteriye sunuluyor. Ürünün isminde yar alan ACE kısaltması ise "Austria Card'ın EMV çözümü" anlamına geliyor.





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

Mobil uygulamamız
ile her zaman yanı başınızdayız.

Deneyim tasarımı ve yapay zeka dönemi başlıyor,,

Önümüzdeki 20 yılda ödemeler dünyası nasıl şekillenecek? En büyük değişim hangi alanlarda yaşanacak, yeni trendler ne olacak? Kendilerini bu geleceğe adapte etmek isteyenler ne yapmalı? Ödüllü mobil bankacılık girişimi Moven'ın kurucusu, yazar, radyo programcısı, blogger, ödeme sistemleri gurusu Brett King, PSM okurları için yanıtladı...

Brett King, "Transactions of Future" ana temasıyla 15 Ekim'de Steigenberger İstanbul Hotel'de düzenlenecek CardSmart Bosphorus etkinliğinde, bankacılık ve ödemelerin geleceğini anlatacak. King, bu yıl 7'ncisi düzenlenen etkinlikte, geleceğin sektörün bütünü üzerinde nasıl bir etki doğuracağına, belirli kurumları ve oyuncuları nasıl etkileyeceğine dair görüşlerini sunacak. Ayrıca teknolojinin sektöre etkisi üzerine tarihin bize ne öğrettiği konusunda yepyeni bir araştırmanın sonuçlarını paylaşacak. İşte bu önemli etkinlik öncesinde PSM olarak Brett King ile ödeme sistemleri ekseninde gelecekte bizleri nelerin beklediğini konuştuk...



Bu teknoloji dünyasına doğmuş yeni nesiller, dünyanın ebeveynlerinin beklediği gibi işleyiş göstereceği beklentisi içinde değil. Hatta ciddi ölçüde farklı beklentilere sahipler ve işte bu da yerleşik oyuncuların ve geleneksel sektörlerin yüz yüze geldiği bir sorun.

Sizce kendilerini bu geleceğe adapte etmek isteyen şirketler için önemli noktalar neler?

Esnek olup tüketici davranışlarına göre adapte olabilmeleri kesinlikle çok önemli. Ancak artık ürünler, hizmetler hatta kanallar ve pazarlamadan daha temel nitelik taşıyan bir konu var: İş dünyasına yönelik bir sonraki büyük değişim, deneyim tasarımı ve yapay zeka konularında yaşanacak. Özellikle önümüzdeki 20 yıl içinde hizmet sektörü bu durumdan etkilenecek.

Geleceğin iş dünyasında hangi trendler belirleyici olacak? Bunların tüketici davranışları üzerindeki yansımaları ne olacak?

Tüketici davranışları, daha önce hiç olmadığı kadar hızla değişiyor. Aslında bu "teknolojinin benimsenip yaygınlaşması" dediğimiz olgunun sonucu. Temelde bu olgu şöyle açıklanabilir: Hayatımızda daha fazla teknolojiye yer verdikçe, yeni teknolojiler giderek gözümüze daha az büyük bir değişim gibi gözükmeye başlıyor ve benimsenme döngüsü kısalıyor. Ancak özüne baktığımızda, her geçen gün daha fazla bağlantı ve ilişki içinde bulunarak, teknolojiye giderek daha fazla bağımlı hale geldiğimizi görüyoruz. Teknoloji artık hayatımızın ayrılmaz bir parçası.

Kitle iletişim araçlarının tüketici davranışları üzerindeki etkileri neler? Markalar söz konusu sürece uyum sağlayabilmek için neler yapmalı?

Kitle iletişim araçları bugün geçmişte oldukları kadar etkili değil. Bunun en büyük nedeni, bugün çok daha fazla "gürültü" ve çok daha fazla "içerik" bulunması. Yeni etki araçları YouTube ve sosyal ağlar gibi dijital medya platformlarından kaynaklanıyor. Örneğin PewDiePie, Smosh veya MichellePhan benzeri YouTube ünlüleri, bir ay içinde ABD kablolu yayın haber programları ağından daha fazla sayıda izleyici toplayabiliyor. Bazen bir mecradan diğerine geçişler söz konusu olsa da yaratılacak markaların girişlerinin önlerindeki engeller her zaman olduğundan çok daha düşük seviyede. Bir marka olarak PewDiePie, bugün birçok medya şirkete



Brett King

tinden çok daha etkili. Üstelik bütçesi de herhangi bir geleneksel medya şirketine göre çok düşük. Artık yeni bir dünyada yaşıyoruz.

Teknoloji ve tüketici davranışı finansal hizmetleri nasıl değiştirebilir? Bu değişimin şirketlerin iş yapış modellerine yansımaları ne şekilde olabilir?

Bu konuyu CardSmart Bosphorus'taki konuşmamda irdedeceğim ama temelde etkiler dağıtım düzeyinde hissediliyor. Müşteri deneyimi ve hizmetlerin sunum şekillerinin değişiminden söz ediyorum. Bir taraftan Bitcoin Blockchain gibi uzun vadede finansal hizmetlerin bir boyutunu sektöre uğratabilecek teknolojiler ortaya çıksa da bugün gördüğümüz finansal hizmetlerin birleşmesi. Birçok yeniden tasarlanmış deneyimler, yeni ürünler, yeni hizmet sunumları gibi unsurlar taşları yerinden oynatıyor.

Örneğin kurucusu olduğum, mobil ödemeleri bankacılık altyapısına entegre eden ve "oyunlaştırma" tabanlı para yönetim sistemini içeren indirilebilir banka hesabı Moven'da müşteri edinme maliyetimiz yeni bir banka hesabı için müşteri başına 10 dolara düştü. Ancak ABD'de Chase ve BofA, benzer müşterileri edinebilmek için müşteri başına 300 dolar harcıyor. Bu iş modellerinden çok, köklü müşteri deneyimi tasarımıyla ilgili bir durum.

Şirketler bu değişime yönelik nasıl pozisyon almalı? Hangi tür yatırımları yapmalı?

Teknoloji, insan ve kültür. Mevcut şirketlerin organizasyon yapıları, beceri grupları, insan ve teknoloji platformları bir sonraki gelen dalgaya hazırlıksız. Temelden başlayıp kademe kademe ilerlemek gerekiyor. Kolay değil haliyle.



Bugünlerde mobil telefonların kullanımı artarken insanlar da ödeme yapmak için bunları kullanıyor. Cüzdanların yerini almaları bekleniyor. Dolayısıyla şirketler kendilerini bu değişen finansal teknolojiye nasıl adapte edebilir?

Bugün Afrika'da 13 ülkede insanlar, geleneksel bir banka yerine mobil hizmet sağlayıcısı üzerinden bir banka hesabına sahip oluyor. Bu muazzam bir değişim. Dolayısıyla temel bir önermeyle başlayalım. Geleceğin banka hesabı kesinlikle bir telefon cihazı üzerinde yer alacak; bir plastik parçası, hesap numarası, çek defteri ya da banka ekstresi olmayacak. Sürekli olarak telefon üzerinde işlev gösterebilmesi gerekecek. Sadece şubenin nasıl değişim göstereceğine odaklanmayın. Akıllı telefon üzerinde daha akıllı, etkileşimli, içeriksel bir banka hesabı yaratmayı düşünmeniz gerekiyor. Başlangıç noktanız bu olmalı.



Türkiye, NFC'yi sistematik olarak benimseyen ilk ülkelerden biri oldu.

Temassız ödeme açısından ABD dahil birçok ülkenin önünde...

Finansal hizmetlerin geleceğinde mobilin payı ne olacak? Mobil finansal hizmetlerdeki iyileşmeyle ödeme sistemlerinde nasıl değişiklikler bekliyorsunuz?

Plastik kartlar, çekler, hatta nakit paranın kendisi ödeme yapmak için biraz eski yöntemler; sıfır geri bildirim getiriyorlar. Ödeme ekosistemi, içeriğin ileri gitmesine odaklanmalı. Ödeme öncesinde ve sonrasında ne oluyor, ödeme bağlamı ve içeriği bize ne bilgi sunuyor, benzeri ya da farklı ödeme senaryoları nasıl gerçekleşir? Biz Moven uygulamasında az temas gerektiren, bütünüyle mobil bir akıllı banka hesabına odaklandık. Uygulamayı indiriyor ve üye oluyorsunuz, iki dakika içinde temel bankacılık işlemlerini yapabilir hale geliyorsunuz. Gelecekte plastiğe duyulan ihtiyacı komple bitirmeyi ümit ediyoruz. Moven'daki temel inovasyonumuz, müşteriye zahmete sokmadan finansal yönetimini kolaylaştırmak oldu. Bugün hiçbir bankacılık uygulaması bu kadar katılımcıya ulaşabilmiş değil.

Bu gelişmeler ışığında yeni bankacılık konsepti nasıl şekilleniyor?

Sıradaki yenilik; akıllı saatler, akıllı gözlükler, içerik bildirimini sağlayan iBeacon gibi cihazlar sayesinde her yerden ulaşabileceğimiz içerik sunum modeli. Artık genel bildirimler yerine, kendi tercihlerimiz çerçevesinde talep ettiğimiz bilginin sunulması. Sözümlü ettiğimiz etkileşimlerin çoğu, sizin bir uygulama kullanıyor olmanızdan ziyade anlık bir bilgi formunda bağlantı sağlamanız ya da yüksek seviyede odaklanmış küçük bir etkileşimle ilgili olacak. Tam da bu yüzden Apple'ın akıllı saati etkileşimleri 10 saniyenin altında tutacak şekilde tasarlanıyor. Bunlar farklı beklentiler; kolunuzda taşıdığınız şey bir akıllı telefon değil sonuçta.

Moven için büyüme planlarınız neler? Yeni yatırımlarınız hangi konularda olacak?

Bir sonraki fonlama turumuzu finalize etmek üzereyiz. Şu anda ABD, Kanada ve Yeni Zelanda'ya ek olarak 6 ülkede daha faaliyet göstermek üzere hazırlık içindeyiz.

Birçok küresel şirkete danışmanlık yapıyorsunuz. Küresel finansal krizin ardından yaşanan iyileşme son yollarda sizin danışmanlık çözümlerinizi de etkiledi mi? Şirketlerin stratejileri ne yönde değişti?

Danışmanlık hizmeti için şu dönemde çok fazla vaktim olmuyor.



Ancak hala birkaç şirketin yönetim kurulundayım ve dünya çapında konuşmalar yapıyorum. Ayrıca 9 milyondan fazla kişiye ulaştığımız "Breaking Bank\$" adında bir radyo programının hem yapımcısı hem de sunucusuyum. Bu program dünya çapında dinleyicilere seslenmeye olanak veriyor. 72 ülkeden dinleyicilerimiz var.

İş yaşamındaki değişime adaptasyon açısından Türk şirketlerini nasıl buluyorsunuz?

Yapı Kredi, Garanti, Turkcell, Akbank ve birkaç marka daha oldukça öne çıkıyorlar. Türkiye NFC'yi sistematik olarak benimseyen ilk ülkelerden biri oldu ve temassız ödeme açısından ABD'nin önünde. Ödeme teknolojileri alanındaki başarınızdan ciddi olarak etkilendim. Genç nüfusu ve yüksek seviyedeki mobil/sosyal penetrasyonuyla Türkiye bu alanda büyüme göstermek için harika bir konumda. Uluslararası arenada birlikte hareket edilebilmesine yardımcı olan ödeme teknolojileri alanındaki bilgi ve çözüm paylaşım platformu CardSmart Bophorus'ta, sektörün lider teknoloji şirketleriyle buluşmak ve ödeme teknolojileri ekosisteminin geleceğine ve olası trendlerine dair paylaşımları dinleyecek olmak beni çok heyecanlandırıyor.



DÜNYANIN EN YÜKSEK AKADEMİSİ.

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

Bankacılık Sektörü

ManageATM'i

Tercih Ediyor!

www.cardtek.com



CARDTEK
Hardware Solutions

- ATM'de Kart ve Şifre Kopyamalaya İmkan Vermiyor
- ATM'nin Zarar Görmesini Engelliyor
- Enerjiden Tasarruf Sağlıyor
- Çalışan İçin Tekrar Kaynaklı İş Gücü Kayıplarını Önüyor
- ATM Kullanıcısını Suistimallere Karşı Koruyor
- Bakım Ekiplerini Uzaktan Takip ve Kontrol Edebiliyor
- Ülke Ekonomisine Katkı Sağlıyor



ATM'lerdeki sahtecilik olaylarını tespit edebiliyor, kart kopyalamayı engelliyor. ATM'lere yerleştirilen bir takım teknolojilerle kart ve şifre kopyalanabiliyor ve hesaplar boşaltılabiliyor. ManageATM, ATM'de bulunan kartın kopyalamasını engelleyen aparatla birlikte çalışarak kart kopyalamayı engelleyici "anti-skimming" sistemini yönetiyor. Sistemin devrede olup olmadığını kontrol ediyor ve gerekli zamanda sistemi devreye alıyor.



ATM kabinlerine yönelik fiziksel saldırıları anında tespit ediyor, alarmı devreye alıyor

ATM kabininin sarsılması, dış çeperlerinin açılarak izinsiz içeri girilmesi ya da kapı dışındaki başka yollardan içeriye girilmesi gibi olağan dışı durumlar sensörlerce anında tespit ediliyor. ATM gövdesinin titreşiminden, darbeye maruz kaldığı, kırılmaya çalışıldığı ya da oksijen kaynağıyla dış muhafazasının kesilmesi durumunda dış çeperlerdeki sıcaklık artışından ATM'ye müdahale edildiğini tespit edilebiliyor. Manage-ATM, fiziksel saldırı tespit edebiliyor ve anında alarmın devreye alınmasını sağlıyor.

ATM kabinlerinin ortam değerlerini ölçümleyerek enerji tasarrufu sağlıyor

ATM'lerin dış aydınlatması mekanik ayarlı saatlerle gerçekleştiriliyor. Güneşin doğma ve batma saatlerine göre bu saatler ayda bir ya da üç ayda bir ayarlanıyor. Ayarlama yapılmadığı takdirde karanlıkta ATM'in dış ışıkları yanmayabiliyor ve bu durumda tüketici ATM'yi kullanmakta tereddüt ediyor. Yine karanlıkta hırsızlık benzeri olayların yaşanması da kaçınılmaz oluyor. Saat ayarlamaları yapılmadığı takdirde sabah erken yandığında enerji israfına sebep oluyor. Aydınlatmanın açılıp kapanması uzaktan otomatik olarak yapılabildiği gibi, klimanın çalışmasının gerekmediği zamanları da tespit edilip enerji tasarrufu sağlanıyor.

UPS arızalarını tespit ediyor, elektriksiz 8 saat çalışabiliyor

ATM'lerde kullanılan UPS cihazları, elektrik kesintisinde devreye giriyor ve akü kapasitesine göre yaklaşık 20 dk. çalışabiliyor. USP'in amacı elektrik kesintisi anında yapılan işlemin yarıda kalmasını engellemek. Kesintiden sonra devam eden ilk işlemi bitirdikten sonra da ATM'yi kapatmak. Ancak UPS'in bataryası bitmişse ya da by-pass konumuna gelmişse bu işlemleri de başaramıyor. Kartınız ATM'de kalıyor. Manage-ATM by-pass durumundaki UPS'leri bildirerek önlem alınmasını sağlıyor. UPS kesintilerini de bildirmek üzere ManageATM'de 8 saat kesintisiz enerji sağlayabilen bir batarya bulunuyor. Böylece UPS'in sağlıklı ve gerektiği sürede çalışıp çalışmadığı da bankaya bildirmeye olanak tanıyor.



Toplumsal olaylarda ATM'lerin zarar görmesini engellemek için kepenk kapatıyor

Şehrin merkezinde kilit noktadaki ATM'lerde kepenk var. Ancak herhangi bir toplumsal olay çıktığında kepenkleri kapatmak için bankanın içinde bir çalışanın bulunması gerekiyor. Bu tip durumlar iş saatleri dışında yaşanabildiği gibi, şubeye kepenği indirmek için ulaşmak da çoğu zaman mümkün olmayabiliyor. Manage ATM, zarar durumunu anında tespit edebiliyor ve kepenği uzaktan kapatmaya imkan tanıyor.



İnsan kaynağı kullanımını uzaktan takip ve kontrol ederek maksimum iş performansı sağlıyor

Garantisi devam eden ATM'lerin bakım ve onarımı ATM üreticileri ya da bankaların dışarıdan destek aldıkları şirketlerce sağlanıyor. Çok az banka ise kendi bakım ekipleriyle çalışıyor. Manage ATM her iki durumda da gerekli olan servis hizmetinin takibini yapabiliyor. Periyodik bakımı otomatik hale getirerek ATM üreticileri ve ATM saha bakım hizmeti veren şirketler için kendi bakım hizmetlerini çeşitlendirirken bakım servis seviyelerini yükseltmelerini sağlıyor.



ATM'ye her durumda uzaktan erişerek yönetimi kolaylaştırıyor

Network cihazları, UPS, alarm sistemi, para veren ünite, kart kabul eden ünite, kasa gibi bölümlerin tümü ATM üzerindeki PC tarafından yönetiliyor. Bu PC bütün bu ünitelerle network bağlantısı kurarak merkezden kontrolünü sağlıyor. ManageATM gerektiğinde ATM'yi uzaktan yeniden başlatabiliyor. Ayrıca Manage ATM, PC'nin çalışmadığı ve mevcut yazılımla ulaşılamadığı durumlarda da merkezden güvenli bir şekilde ATM'ye müdahale edilebilmesini, gerektiğinde açılıp kapanmasını sağlıyor.

Bankalar kartları yeniden karmaya başladı

Yasal kısıtlamalar nedeniyle azalan kredi kartı harcamaları bankaları yeni arayışlara itiyor. Şekerbank Genel Müdür Yardımcısı Gökhan Ertürk, sınırlamalar nedeniyle kart artış hızının yavaşladığına, taksit oranının düştüğüne dikkat çekiyor. Ertürk "Bankalar kart modellerini verimlilik yaklaşımıyla yeniden değerlendirecek" diyor...

ESİN GEDİK - esin.gedik@gmail.com



Gökhan Ertürk

Şekerbank

Art arda getirilen yeni düzenlemeler ve gelişen teknoloji finans sektörünü her daim "tetikte" tutuyor. Geçen yıl getirilen kredi kartı ve tüketici kredisi sınırlamasının yanı sıra komisyon oranları tartışması bankaların bu alandaki gelirlerini olumsuz olarak etkiledi.

Bazı işletmeler ve hizmetler için zorunlu hale getirilen yazarkasa POS uygulaması da bu alanı hareketlendirdi. Sadece üreticiler değil bankalar açısından da yoğun rekabet yaşandı. Bu yasal düzenlemelerin yanı sıra hızla gelişen teknoloji de bankaları ciddi biçimde etkiliyor. Dijital kanalların ana fonksiyon haline geliyor olması bu alanda da yatırımı, yeni ürün ve hizmetleri zorluyor. Her sayımızda Türkiye'nin önde gelen bankalarının üst düzey yöneticileriyle bu başlıkları temel alan söyleşiler yapıyoruz. Bu ayki konuşumuz Şekerbank Perakende Bankacılık Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Gökhan Ertürk oldu...

2014'ün geneli ile bu yılın ilk 4 ayını karşılaştığımızda kredi kartıyla yapılan harcamalar nasıl bir farklılık gösteriyor? Kredi kartı kullanıcılarınızın taksit ve diğer düzenlemelere karşı tavrı ne oldu?

2014 yılında yasal otoriteler tasarrufları artırmak ve finansal istikrarı sağlamak amacıyla tüketici kredileri ve kredi kartlarının kullanımına sınırlamalar getirmeyi hedefleyen düzenlemeleri hayata geçirdi. Bu bağlamda kredi kartı kullanıcıları için önceki yıllara göre farklı bir yıl oldu.

Taksit sayısındaki kısıtlama, hem kart cirolarında hem de bankaların alacaklarında azalmaya neden oldu. Taksitsiz kredi kartı alacaklarında bir yükseliş olsa da bu artış toplam kredi kartı alacaklarının azalmasını engelleyemedi.

Bu sonuç doğrultusunda hem tüketiciler hem de bankaların,

yeni döneme ayak uydurup gerekirse kredi kartı modellerini verimlilik bakış açısıyla gözden geçirerek maliyetleri azaltmaya yönelik adımlar atacağımı düşünüyorum. Biz de bu dönemde müşterilerimize avantajlı ve nitelikli kredi kartları sunmaya devam edeceğiz.

Şekerbank'ın bireysel ve ticari kartlar pazarındaki yeri nereye ulaştı? Özellikle çiftçilere ve diğer meslek gruplarına dönük ürün ve hizmetleriniz var, bu alanda nasıl bir büyüme yakaladınız?

Bireysel kredi kartları cirosunda hedeflerimiz doğrultusunda büyüme devam ediyoruz. Bu yılın ilk çeyreğinde, 2014'ün aynı dönemine göre yüzde 15 ciro artışı sağladık.

Ticari kartlarda ise pazar payı Mart 2015 dönemi için adetsel olarak yüzde 2.6, hacimsel olarak da yüzde 1 seviyelerine ulaştı. Esnafımızın bankacılık işlemlerini zaman kaybetmeden yapabilmesi amacıyla Mart 2014'te hayata geçirdiğimiz "Üreten Kart" ise bir yıllık sürede 27 bin adede ulaştı. Aylık kredi kartı cirosu da 15 milyon TL'ye yaklaştı.

Biliyorsunuz tarım bizim özel ilgi alanımız. Çiftçilere yönelik ticari kart ürünümüz olan "Hasat Kart"ta ürün sahibi müşteri sayımız artış trendini sürdürüyor. Aktif kart adedinde 100 binli seviyelere ulaştık. Hasat Kart ile çiftçilerimize ekim zamanı nakit sıkıntısı çekmeden mazot, yem, gübre ve tohum alımını da kapsayan tarımsal girdi ihtiyaçlarını uygun ödeme koşullarıyla karşılama imkanı sunuyoruz. Bu tür avantajlarıyla da büyük ilgi görüyor.

YAZARKASA POS PAZARI YAZDAN İTİBAREN HAREKETLENECEK

Finans sektörünün bu sıralar rekabet ettiği ürünlerden biri de yazarkasa POS. Bu alanda ulaştığınız büyüklük nedir, bu uygulama sizce hedefine ulaştı mı ya da ulaşacak mı?

Sahada 1.600 adedin üzerindeki yazarkasa POS cihazına bankamız uygulamasını yüklemiş durumdayız. Bu rakamlar, bizim ve sektörün hala yolun çok başında olduğunu gösteriyor. Tebliğin yürürlüğe girdiği tarihten itibaren önemli bir kesim, uygulamaya geçmiş olsa da yanlış yönlendirilme ve sistemin yeniliğinden kaynaklanan adaptasyon sorunu nedeniyle bekleyişini sürdürüyor. Yaz aylarıyla birlikte sürecin hızlanacağını ve hızla istenen noktalara ulaşmaya başlayacağını düşünüyorum.

2016 yılı itibarıyla tüm yazarkasalar değişecek. Bu noktada genelde tüm bankalar, özeld Şekerbank adına nasıl bir gelişme bekliyorsunuz. Sektöre getireceği avantaj ya da dezavantajları sizce nedir?

Evet, 2016 yılı itibarıyla yürürlüğe girecek olan tebliğle birlikte mobil cihazlarda olduğu gibi bütünlük bir cihaz zorunluluğundan ziyade, sabit POS cihazlarıyla yazarkasaların konuşması zorunlu kılınıyor. Kasa üreticileri, uygulamayı destekleyecek akıllı yazarkasa üretimine başladı. POS vendorları da mevcut POS cihazlarının yazarkasalarla entegre olması adına geliştirmelere devam ediyor. Şekerbank olarak, mevcut POS cihazlarımızın akıllı kasalarla konuşması adına POS vendorları tarafında yapılan çalışmalara dahil olduk.

Tebliğin yürürlüğe girmesiyle birlikte POS cihazlarının mülkiye-



ti yine mevcut uygulamada olduğu gibi bankalarda olacağından, mobil yazarkasa POS'larda mükellefi zor durumda bırakan yüksek cihaz ücretlerinin olmayışı mükellefler açısından önemli bir avantaj olarak gözükmüyor. Ayrıca yazarkasayla tek bir POS cihazı entegre olabileceğinden, sahada yoğun olarak kullanılan ortak POS uygulamasının da cazibesini artıracakları öngörüyoruz.

ÇİFTÇİLER DE DİJİTAL BANKACILIĞI KULLANIYOR

Dijital bankacılık son yıllarda hızla yaygınlaşıyor. Müşterileriniz arasında dijital bankacılığın kullanım oranı nedir?

Herhangi bir Şekerbank şubesinden alınabilecek hemen her işlemi sunduğumuz dijital kanallarımızda, müşterilerimiz ağırlıklı para transfer işlemlerini gerçekleştiriyor. Daha sonra avantajlı döviz alış, satış ve yatırım işlemleri geliyor.

Bankamız müşterileri, dünya genelinde dakikalar içinde para transferi yapabilecekleri hızlı, güvenli, kolay ve yaygın para gönderme ve alma servisi Western Union işlemlerini de internet bankacılığı üzerinden 7 gün 24 saat kolaylıkla gerçekleştirebiliyor.

Biraz yanlış yönlendirme

biraz da sistemin yeni olması nedeniyle yazarkasa POS'a beklenen ilgi olmadı.

Ancak yaz aylarından itibaren bu alanda hareketlenme bekliyorum.

Yeni masaüstü yazarkasa tebliği,

mevcut POS pazarını da canlandırarak.





"Şekerbank olarak bu yıl bireysel banka kartı ve kredi kartı kullanımını 2014'e göre yüzde 30'un üzerinde artırmayı öngörüyoruz. Tarım bankacılığında 100 bin civarında olan aktif Hasat Kart sayısını 150 bine, esnafa sunduğumuz Üreten Kart sayısını da 30 binlerden 50 bine çıkarmayı hedefliyoruz."



Şekerbank internet bankacılığı müşterilerimiz, yurtdışı borsalar alım satım platformu SWEET sayesinde de internet üzerinden dünyanın 28 yurtdışı borsasında işlem gören yaklaşık 500 bin menkul kıymetin alım satım işlemlerini yapabiliyor. Şeker Mobil Şube aracılığıyla yapılan işlemleri kurumsal müşterilerimize sunan ilk bankalardan biri olduğumuzu da eklemeliyim.

Çiftçilerin dijital bankacılık uygulamalarına bakışı nasıl, kullanım oranı nedir? Çiftçi müşterilerimiz için her ne kadar şubelerdeki müşteri temsilcileriyle yüz yüze iletişim önemli olsa da diğer kanallar da giderek artan oranda kullanılıyor. Örneğin, Hasat Kart'ın nakit limiti yüzde 70 oranda ATM kanalıyla kullanılıyor. Yine akıllı telefon kullanımı artışına bağlı olarak internet bankacılığı-mobil bankacılık kullanımı da yaygınlaşıyor.

ŞUBELER DANIŞMANLIĞA ODAKLANIYOR

Dijital bankacılık klasik banka yapılanmasını da değiştiriyor, artık şubeleşmek yerine teknolojiye yatırım yapılıyor. Bu noktada bankanızın şubeleşme politikasını anlatabilir misiniz?

Çağımızda bankacılık, artık 7 gün 24 saat müşteriyle temasta olmayı gerektiriyor. Çalışanlarımız da bu anlamda şube dışı kanallardan destek almaya devam ediyor. Bu yeni iş yapış modelleri sayesinde bankanın iş yükü azalıyor, bankacılık hizmetlerine odaklanma artıyor ve şubeler daha verimli olacak şekilde müşterilerine hizmet veriyor.

Dijital bankacılık sayesinde bazı işlemlerin yükü dijitalle kayarken, ürünle ilgili danışmanlık ve yönlendirme işleri halen şubelerde devam ediyor. Özellikle kredi ve mevduat işlemlerinde farklı hizmet beklentisi nedeniyle şubeler hala ön planda. Bildiğiniz gibi misyonu "Anadolu bankacılığı" olan ve şubelerinin yüzde 62'si Anadolu'da bulunan bir banka olarak, işlem bankacılığından çok ilişki bankacılığı yaparak sektörümüzde ayrışıyoruz. Bu bağlamda, dijital kanallarda yaptığımız önemli yatırımların yanında, şube kanalı ve müşterilerimize bire bir, yüz yüze hizmet vermek her zaman önceliğimiz olacak.

Yerel bankacılıkta uzmanlaşmış bir kurum olarak, dijital platformlarda yaptığımız yatırımlar devam ederken, şubelerimizde verdiğimiz yüz yüze hizmet, saha ziyaretleri bizim için önceliğini koruyacak.



KİŞİSEL FİNANS YÖNETİMİ DİJİTALLE YAYILACAK

Gökhan Ertürk, mevcut gelişmelerden yola çıkarak dijital bankacılığın gelecekte hayatımıza katacağı yeni ürün ve hizmetler hakkında şu değerlendirmeyi yapıyor:

"Ülkemizde mobil teknoloji kullanıcı sayısı hızla artıyor. Bu sistem, bankaların çok kısa zamanda ilgisini çekerek, bankalar arası rekabette önemli bir ileri bankacılık unsuru oldu. Mobil bankacılık, günümüzde fiziksel şubelerden yapılan para çekme ve yatırma işlemi dışında hemen her işlemin akıllı mobil cihazlar üzerinden yapılması olarak da tanımlanabilir.

Bankamızda özellikle internet ve mobil bankacılık üzerinden yapılabilen işlem gamını çeşitlendirmemiz ve mobil bankacılık hizmetini ücretsiz olarak vermeye devam etmemiz kanallara ilgiyi giderek artırdı. Önümüzdeki dönemlerde müşterilerin varlık

ve harcamalarının grafiklerle gösterildiği dijital kanallar dönüşüm yaşayarak, artık daha fazlasını yapıyor olacak. Bu kanallar, salt gösterim fonksiyonlarının yanı sıra yönlendirme yapan, karar alma mekanizmalarına doğrudan ulaşan ve işlemi uçtan uca sonlandıran 'kişisel finans yönetimi' uygulamaları haline gelecek. Paranın ve hizmetin olduğu tüm alanlarda dijital üzerinden bankacılık uygulamaları da bir dönüşüm yaşayacak. Giyilebilir cihazların bankacılık çözümleriyle entegrasyonu daha da artacak. Bankalar, müşteriyle etkileşimini daha da artırarak verecekleri hizmetlerde fiziki banka yerine dijital ortamın tercih edilmesini hedefleyecek. Özel konum servisleri odaklı hizmet ve teklifleri müşterilere sunan, geldiği kanala göre müşterisini tanıyan, doğru öneri ve hizmet getiren bankaların sayısı her geçen gün artacak."

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**

Doğan 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

“Yazarkasanın Bentley’ini yapıyoruz”



Onur Altınbaş

65 bin civarında kurulu yazarkasa POS cihazıyla Türkiye yeni nesil ödeme kaydedici pazarının yüzde 30’una sahip olan Verifone, büyük yazarkasa değişimine de iddialı hazırlanıyor. Atıl konumdaki POS’ları yeni nesil yazarkasalara bağlamak için hazırlıklarını hızlandıran şirket, tasarımı ve uygulamalarıyla iddialı yeni “masaüstü yazarkasa POS” modelini bu yaz piyasaya sunacak...

2 milyon aşkın yazarkasanın, yeni nesil ödeme kaydedici cihazlarla değişimi/dönüşümü için zaman daralıyor. İlgili yasa, bir son dakika ertelenmesi olmazsa, işletme sahiplerine 2015 sonuna kadar süre tanıyor. Gelirler İdaresi Başkanlığı’na (GİB) elektronik ortamda bağlı olan ve işlem bilgilerini an be an aktarabilecek yeni nesil akıllı yazarkasaların üretimi için yapılan başvurular birer birer onaylanmaya başladı. Pazardaki tüm firmaların onay olmasıyla birlikte, yeni nesil ödeme kaydedici cihaz pazarında oldukça renkli bir rekabete tanık olacağız.

Dönem dönem bu değişim ve dönüşümün ne getireceğini, işletmeciyi ya da tüketici olarak ne gibi yeni cihazlarla, uygulamalarla tanışacağımızı dergimizde ele alıyoruz. Ancak biz de dahil sektörle yakından ilgili olanların bile bazı konularda kafa karışıklığı yaşadığına tanık oluyoruz.

İşte büyük yazarkasa dönüşümüyle ilgili aklımıza takılanları sormak ve pazarın en büyük oyuncularından birinin bu konudaki hazırlıklarını öğrenmek için Verifone Türkiye, Güney Doğu Avrupa ve Rusya Genel Müdürü Onur Altınbaş ile bir araya geldik...

Yeni nesil yazarkasalar nasıl olacak? Yazarkasa POS'ta olduğu gibi bütünleşik bir cihaz mı söz konusu, yoksa yazarkasa ayrı, POS ayrı mı olacak?

Talebe, isteğe göre belirttiğiniz iki şekilde de olabilecek. POS terminaliyle yazarkasanın entegre olduğu bütünleşik cihazları (yazarkasa POS) masaüstü olarak da kullanmada herhangi bir engel yok. Aynı şekilde masaüstü olarak kullanılabilir, bizim de üzerinde çalıştığımız bütünleşik cihazlar da var. Şu anda onay alınan cihazlarda ise entegre POS yok.

Bunlar yeni nesil yazarkasa olarak onay alan ve bir kabloyla POS ya da akıllı PIN pad'lere bağlanarak kartlı ödeme kabul edebilen, GİB'e anlık veri aktarabilen cihazlar.

Sanırsız bu cihazlar yazarkasa POS uygulamasıyla atıl hale gelen terminaleri değerlendirmek için önemli bir fırsat olacak...

Evet. Nitekim biz de Verifone olarak atıl duruma düşen POS terminalerinin yeni nesil akıllı yazarkasalarla birlikte kullanılabilmesi için geliştirmeler yapıyoruz. Böylece bankalar stoklarındaki cihazları yeni yazarkasalara entegre edebilecek. Öte yandan, halihazırda sistemde hizmet veren POS'lardan biri de bu cihazlarla eşleştirilip kullanılabilir. Tabii burada sorumluluk POS temin eden kuruluşta değil yazarkasa firmasında olacak.

Verifone olarak, atıl durumdaki POS'ların bir şekilde sisteme, ekonomiye kazandırılması adına entegrasyon için geliştirmelere başladık. Hedefimiz, bu tür cihazların kullanım ömrü boyunca hizmet verebilmesi.

Ekonomik kazanç demişken, küçük işletmeler bu yeni dönemin getirdiği ekstra maliyetleri karşılamakta zorlanmayacak mı?

Öncelikle Türkiye'deki POS fiyatlarının yurtdışına göre daha makul olduğunu belirtmeliyim. Hatta pazarımızda terminal sayısı yüksek olduğu için dünyadaki en düşük maliyetli POS'ları sağlayabiliyoruz. Evet, yeni dönem cihaz bedelinin yanı sıra



işletme sahiplerine saha hizmeti, çağrı merkezi, SIM kart, toplam sait maliyet (TSM), gibi her ay yinelenen bazı maliyetler getiriyor. İşte biz de Verifone olarak bu maliyetleri en aza indirmenin yollarını arıyoruz. Özellikle esnafımızın maliyetlerini düşürmek, hatta katma değerli uygulamalarla onlara ekstra kazanç sağlamak için çalışıyoruz. Uygulamalarımız sayesinde bir pizzacı aynı zamanda kontör yükletebilirken mahallemizdeki kuruyemişiçi Hasan Abi, fatura ödeme noktası olabilecek.

Yazarkasa dönüşümü için bir erteleme öngörüyor musunuz? Onaylar yeni yeni alınıyor, üretimler bugün başlarsa talebi karşılayabilir mi?

Üretim açısından yetişmeme gibi bir durum olacağını sanmıyorum. Çünkü şimdiye kadar üç firma onay aldı. Daha önceden bütünleşik (yazarkasa POS) olarak onay alanlar vardı. Dolayısıyla talebin karşılanması açısından sorun yaşanmayacaktır. En azından teknik açıdan bir gecikme olmayacaktır. Mobil POS dönüşümünde sadece bir üretici hazır olduğu için üç ay kadar erteleme olmuştu. 2016 yılına kadar dönüşüm zorunlu ama bunu gönüllü olarak, teşviklerle yapmak hepimizin yararına olacaktır.

“SORUMLULUĞUMUZ ARTTI; GÜVENLİ VERİ MERKEZLERİ ARTIK ÇOK ÖNEMLİ”

Verifone için Türkiye çok önemli bir üs konumunda. Verifone'un 4 başkanlık merkezinden biri konumunda bulunan Verifone Türkiye, Rusya ve Türk Cumhuriyetleri'nden Doğu Avrupa'ya, Ortadoğu'dan Kuzey Afrika'ya 63 ülkenin bağlı olduğu çok büyük bir coğrafyayı yönetiyor. Bu bölgenin başkanlık görevini Bülent Özayaz yapmaktadır. Verifone'un diğer merkezleri ise San Jose, Londra ve Singapur'da bulunuyor.

Verifone, Avrupa'nın Ar-Ge merkezi olarak konumlandığı Türkiye'de veri güvenliğine de büyük önem veriyor. Onur Altınbaş, iş ortaklarının ihtiyaçlarından yola çıkarak Türkiye'nin ilk güvenli

veri merkezlerinden birini kurduklarını vurguluyor. Şirket, İstanbul Fulya'daki güvenli veri merkeziyle müşterilerine, iş ortaklarına kesintisiz hizmet veriyor. Verifone'un acil durumlar için İzmir'de de bir güvenli veri merkezi bulunuyor.

Altınbaş, “Dünya çapında e-ticaret ödemelerinin yaklaşık yüzde 40'ı Verifone terminaleri üzerinden yapılıyor ve şuanda dünyada yaklaşık 26 milyon adet POS terminalimiz ile hizmet veriyoruz. Gelirlerimizin yüzde 37'sini sunulan hizmetler ve uygulamalarımızdan sağlıyoruz. Bu yüzden TSM ve güvenli veri merkezi hizmetini çok ciddiye alıyoruz” diyor.





Altınbaş, üretecekleri yeni yazarkasanın tüm ödeme yöntemlerine uygun özellikler taşıyacağını söylüyor

Verifone olarak yeni nesil yazarkasa üretimi planlıyor musunuz? Planlıyorsanız bu nasıl bir cihaz olacak?

Evet, bu konuda hazırlıklarımız var. Hatta bu yaz içinde piyasaya sunmayı planlıyoruz. Çok iddialı bir model üzerinde çalışıyoruz. Öyle ki hazırladığımız yeni nesil yazarkasa, kalitesi fonksiyonelliği ve şıklığıyla göz kamaştırırken kullanıcıya da uygun fiyatla sunulacak. "İşlerinizi kolaylaştırma lüksüne, cebinize uygun fiyat garantisiyle ulaşın" diyoruz. Bu her dükkan için ulaşılabilir bir lüks demek. İşletme sahiplerinin işini kolaylaştıracak, pek çok işlemi bir arada yapabilecek, ekstra kazanç imkanları sağlayacak bir cihaz

olacak. Teknolojisi yeni nesil bütün ödeme yöntemlerine uygun olan cihazımız temassız bütün ödeme yöntemlerini kabul edebilecek. Burada "bulut" tabanlı ödemeleri, örneğin Apple Pay'i, ilk günden kabul edebilecek bir çözümden söz ediyoruz. Zaten bizim ödeme terminallerimiz, bütün bankacılık uygulamalarının yanı sıra Apple Pay, HCE, Apple Watch, Google Glass gibi tüm mevcut ve ileride çıkabilecek yenilikçi ödeme yöntemleri için gerekli teknolojik altyapıya sahip.

Masaüstü yazarkasa dönüşümü için de yeni ve özel bir terminal üzerinde çalışıyoruz. Onay için gerekli ilk başvuruları yaptık. Bütünleşik masaüstü yazarkasa POS modelimiz, ekstra cihaz bağlamadan kartlı ödeme kabul edebilecek. Üzerinde işletmeciye, esnafa katma değer yaratacak özel çözümler de yer alacak.

Apple Pay'i ABD'de olduğu gibi Türk tüketicisi de bu yeni cihazda ödeme için kullanabilecek mi?

Evet. Hatta bu yaz hayata geçecek iWatch ile ödeme uygulamasına da hazırız. ABD'deki 10 perakendeciden 8'i Verifone ile çalışıyor, Verifone'un "bulut" ödeme çözümlerini kullanıyor. Bu sayede ABD'de bütün sahada Apple Pay ile ödeme için gerekli altyapıyı kurmak sadece iki hafta aldı. Cihazlarımız, Apple ve diğer firmaların yeni nesil ödeme çözümlerinin tamamı için gerekli teknolojik altyapıya sahip.

Yazarkasa POS pazarında payınız ne durumda? Dönüşümle birlikte toplam pazar payı hedefiniz nedir?

200 bin adedi geçen yazarkasa POS pazarında yüzde 30'un üzerinde pazar payına ulaştık. Şu anda sahada kurulu ve çalışan 65 bin civarında cihazımız var. İş ortaklarımız olan Profilo ve Hugin tarafından piyasaya verilen cihazlar bunlar. Yazarkasa POS pazarındaki yüzde 50 pazar payı hedefimizi ise sürdürüyoruz. Yeni nesil yazarkasa pazarına yüzde 20 civarında bir payla başlayacağımızı öngörüyoruz. Toplamda da yüzde 50 civarında pazar payı hedefimiz var. Verifone, Türkiye POS pazarındaki mevcut yüzde 30'luk payına karşılık toplam kartlı ödeme işlemlerinde (transactions) yüzde 55-60 paya sahip. Bunda başta fast-food zincirleri olmak üzere kurumsal müşteri sayımızın çok olması önemli bir etken. Ayda yaklaşık 60 milyon adet kartlı işlem Verifone terminalleri üzerinden geçiyor. ☹



iWatch | Apple Pay



Borsa = Gündem

Kazanmak için

önce siz öğrenin

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

Raporlar, analizler,
uzmanlardan
öneriler

Borsada
flaş gelişmeler,
son dakika
haberleri

Hepsi ve daha fazlası için

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



Teknoloji sarayının mütevazı ama kararlı ekibi

Mikrosaray, dünya devlerinin, büyük markaların yarıştığı yazarkasa POS pazarında restoran, otopark gibi niş alanlara ağırlık vererek kendine önemli bir yer buldu. Şirket, şimdi de 30 yıllık yazarkasa deneyimiyle “büyük dönüşüm”de fark yaratmayı amaçlıyor...



L

atif Güler'in Amerika'daki öğrencilik yıllarının, orada restoran zinciri kurmasının, sonra restoranlar için yazılım/uygulama geliştirmesinin, Türkiye'ye dönüp yazarkasa POS girişimi için Mikrosaray'ı satın almasının öyküsünü önceki sayılarımızda anlatmıştık. Bu sayımızda ise sizlere Mikrosaray ekibini tanıtmaya, şirketin başta büyük yazarkasa dönüşümü olmak üzere yeni plan ve hedeflerini anlatmaya çalışacağız...

Tecrübe ve gençlikle gelen dinamizm

Sanırım Mikrosaray ekibi için "tecrübe ile gençliğin mütevazı ama dinamik ve kararlı birlikteliği" tanımını yapabiliriz. Mütevazılığın ardında, şirketin herhangi bir grubun, holdingin desteğine sahip olmaması, tamamen bağımsız bir girişim olması yatıyor. Mikrosaray'ın tecrübesi Genel Koordinatör Sevim Tel, Operasyon Yöneticisi Gaye Bayındır ve Teknik Servis Yöneticisi Şeref Özdemir'in yıllardır yazarkasa sektöründe bulunan Mikrosaray'da görev yapmasından; bölge satış yöneticileri Murat Tuzcu, Mahir Türk, Ant Beyazıt Kabacaoğlu ve Mehmet Ali Günel'in ise sektördeki farklı firmalardaki çalışmalarından kaynaklanıyor. Dinamizm ve kararlılığı ise ekibin kalan kısmının genç yeteneklerden oluşmasının yanı sıra Mikrosaray'ın sektöründe niş alanlara yönelmesiyle, sürekli yenilik peşinde koşmasıyla açıklayabiliriz.

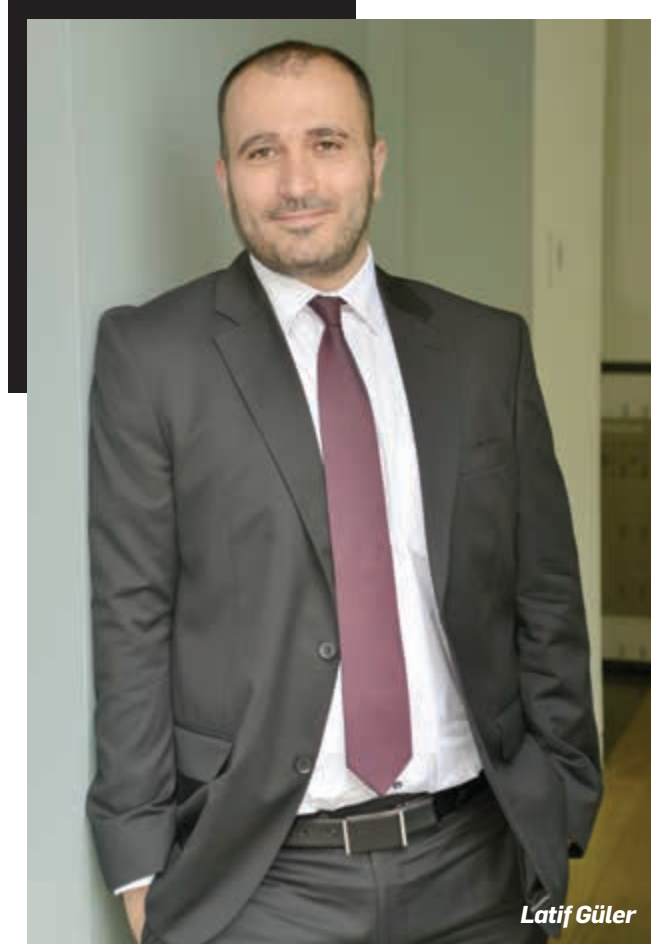
Üretim Güney Kore, yükleme Bulgaristan, satış Türkiye'de

Mikrosaray'ın İstanbul ofisinde 26 kişi çalışıyor. Şirketin mevcuttaki en iddialı ürünü Pidion MT360E yazarkasa POS, Güney Kore'de Bluebird firması tarafından üretiliyor. Cihaz üzerindeki yazılım ve uygulamalar Bulgaristan'da yükleniyor. Aynı zamanda Ar-Ge çalışmalarının da yürütüldüğü Bulgaristan birimi, Mikrosaray'ın bu ülkedeki iş ortağı Tremol bünyesinde bulunuyor.

Mikrosaray Yönetim Kurulu Başkanı Latif Güler, "Tremol ile hem üretim hem de iş ortaklığımız var. Dünya çapında 9 marka için yazarkasa üreten bu şirket için bir teknoloji devi diyebiliriz. Öyle ki Tremol'ün üretiminde yazarkasanın payı yüzde 5 bile değil. Birçok alanda teknoloji geliştirip üretim yapıyorlar. Örneğin Mercedes, Audi gibi devler için board ürettiriyorlar" diyor.

Mikrosaray, ağırlıklı olarak otoparklar, eczaneler, restoran ve marketlerde kullanılan cihazları için Ar-Ge faaliyetlerini, yazılım/uygulama geliştirmelerini Türkiye ve Bulgaristan'daki Ar-Ge ekibiyle yürütüyor. Dağıtım, satış ve pazarlama, teknik destek, saha desteği, çağrı merkezi gibi hizmetlerin tamamı ise Türkiye'den veriliyor.

Mikrosaray'ın Marmara, İç Anadolu, Doğu Anadolu ve Avrupa bölge müdürlükleri var. Bu bölge müdürlüklerine bağlı Türkiye'nin her tarafına yayılmış 100'e yakın bayi ağı, saha ve teknik destek verebilecek bir yapı oluşturulmuş durumda. Şirketin, IBM bünyesinde faaliyet gösteren Seri Bilgi Teknolojileri firmasıyla teknik destek anlaşması bulunuyor. Bu şirket, 200'e yakın elemanı bankalar için POS'ları için servis hizmeti veriyor. Latif Güler, yıl sonuna kadar bayi sayısını 300'e ulaştıracağını da sözlerine ekliyor.



Latif Güler

MİKROSARAY'DAN BİR İLK VE 'ORTAK POS' İÇİN ÖNEMLİ BİR ADIM

Mikrosaray, Bankalararası Kart Merkezi (BKM) tarafından geliştirilen ve tüm bankaların aynı POS cihazını kullanabilmesini sağlayacak TechPOS projesi için gerekli tüm şartları başarıyla tamamlayan ilk şirket oldu.

BKM tarafından geliştirilen TechPOS projesi, sisteme katılmış her üye işyeri anlaşması yapan kuruluşun ayrı ayrı tüm ödeme kaydedici cihaz (ÖKC) üreticileriyle sistem spesifikasyonu yapması yerine, bankaların ortak bir platform üzerinden yeni nesil POS sistemine uyum sağlamalarını amaçlıyor.

TechPOS ile projeye dahil olan tüm bankalar için ortak bir uygulama kullanılacak. Ortak uygulamanın en büyük avantajı, çalışılmak istenen her banka için ayrı ayrı uygulama yükleyip kaldırma zorunluluğunu tamamen ortadan kaldırması. Bir diğer avantajı ise projeye dahil olan tüm bankaların aynı POS cihazını kullanabilecek olması. Kurulan bu merkez uygulamanın bir tarafında bankalar, diğer tarafında ise ÖKC üreticileri yer alıyor. Bu uygulamanın altyapısını sağlayan ve merkezde yer alan BKM, bankaların ve ÖKC TSM'lerinin uluslararası standartlarda güvenli veri alışverişine aracılık ediyor.

B K M BANKALARARASI KART MERKEZİ TechPOS





Bölge Satış Yöneticileri, Genel Koordinatör Sevim Tel (ortada) ve Latif Güler ile birlikte...

Mikrosaray, restoran ve otopark çözümleri konusunda Türkiye'nin önde gelen yazılım evleriyle çalışıyor. Bunlarda arasında Arkhe, Akead, Kalem, Restopos, Rop, Tekfonet gibi birçok isim göze çarpıyor.

"Esnaf dostu" yeni yazarkasa ağustosta piyasada...

Latif Güler, Mikrosaray'ın halen 5 bin civarında Pidion MT360E cihazının sahada kurulu ve çalışır durumda olduğunu söylüyor. "10 bin cihaz da Bulgaristan'da uygulamaları yüklenmiş durumda hazır bekliyor" diyor.

Mikrosaray, 2016 yılı ocak ayına kadar dönüşümü zorunlu tutulan sabit yazarkasa pazarına yönelik de hazırlıklarını sürdürüyor. Şirket, sabit yazarkasa modeli için onayı almak üzere ama Güler, bundan

MİKROSARAY'IN OTOPARK ÇÖZÜMLERİNİ KULLANAN BELEDİYELER

Yüksekova Belediyesi, Kadıköy Belediyesi, Kırıkkale Belediyesi, Erzurum Belediyesi, Diyarbakır Belediyesi, Malatya Belediyesi

DiĞER OTOPARKLAR

Aksaray - Özçiftçiler Otopark İşletmeleri, Akşehir - Özpark Otopark İşletmeleri, Borçka - Sertoğlu Otopark İşletmeleri, Tosya - Hirahan Otopark İşletmeleri, Tavşanlı - Enerler Otopark İşletmeleri, Bandırma - UCS Otopark İşletmeleri



ziyade ağustos ayında piyasaya sunmak istedikleri bütünlük, yani içinde POS da olan cihaza ağırlık vereceklerini açıklıyor. Güler, bu konuda şimdilik daha fazla ayrıntı vermiyor ve “Farklı ve çok iddialı bir modelleme yapıyoruz. Bu cihazla büfeler, bakkallar, kuruyemişçiler gibi küçük esnafı hedefliyoruz. Dolayısıyla cihazımızın fiyatı da olabildiğince düşük, rekabetçi bir seviyede olacak” demekle yetiniyor. Latif Güler, restoran ve marketlere yönelik hazırladıkları çözümü ise şöyle anlatıyor: “Kalitesi dünyaca kabul görmüş Possify markasıyla iş ortaklığımız var. Bu cihazları, temassız özellikli ve tüm bankaların uygulamalarının yüklü olduğu akıllı PIN pad’lerle, içinde POS’uyla birlikte bütünlük bir yapıya çevirip yeni nesil masaüstü yazarkasa onayını alacağız. Bu cihazın özellikle restoran işletmecilerinden yoğun talep görmesini bekliyoruz. Yüzde 80 restoranlar, yüzde 20 marketler şeklinde bir satış ve pazarlama planlaması yapıyoruz.”

Latif Güler, bu noktada, yazarkasa dönüşümünde aynı dönemde ve her kesime yönelik bir değişim yerine sektörel bir geçiş olacağını öngörüyor. Tabii binde 1 de olsa bir anda eski nesil tüm cihazların fişinin çekilip işlem yapamaz duruma getirilme olasılığın da göz ardı etmiyor.

Nesnelerin interneti ve konuşan mali hafızalar

Mikrosaray, şu sıralar Bulgaristan’da ortağı Tremol ile birlikte AB destekli bir Ar-Ge projesi üzerinde çalışıyor. Halen bütçesi hazırlanan, yakında Bulgaristan ve Türkiye ortaklığında AB’ye sunulacak projenin koordinasyonunu ise Sevim Tel üstlenmiş durumda. Tel, yazarkasa ve POS cihazlarının mali hafızası (fiscal) ile ilgili bu projeyi “nesnelerin interneti” kavramından yola çıkarak hazırladıklarını anlatıyor. Ayrıntılarını şimdilik saklı tutan Tel, sektörde fark yaratacak bu projeye de Mikrosaray markasını inovasyon şirketleri arasında ilk sıralara taşımayı hedeflediklerini belirtiyor. Oradaki mühendislerin, Ar-Ge üyelerinin bu platformda uygulama geliştirmesini istiyoruz.”



Ar-Ge ve Halkla İlişkiler ekibi

Operasyon ve Teknik Servis ekibi



İşte Türkiye'nin ilk yeni nesil yazarkasası



Olivetti, Türkiye yazarkasa pazarındaki 30 yıllık deneyimini ve yüzde 35'lik pazar payını, iş ortağı Panaroma Bilişim Teknolojileri ile yeni nesil yazarkasaya taşıyor. Bu ortaklığın ilk ürünü Olivetti PBT900 ise esnafın "sağ kolu" olma iddiasında...

layabileceği gibi ek gelir imkanları da elde edebilecek" diyor.

TÜBİTAK'tan, Gelirler İdaresi Başkanlığı'ndan (GİB) beklenen onaylar nihayet çıktı ve yeni nesil yazarkasa rekabeti start aldı. IP tabanlı,

GİB ile online bağlantı halinde olacak yeni nesil yazarkasaların ilk örneği Olivetti PBT900, Panaroma Bilişim Teknolojileri (PBT) tarafından tanıtıldı.

Hatırlanacağı gibi, 2008 yılında start alan "Kayıt Dışı Ekonomiyle Mücadele Eylem Planı" çerçevesinde, 3100 sayılı kanuna tabi tüm mali yazarkasalar, Vergi Usul Kanunu (VUK) 426 genel tebliği ve diğer ilgili genel tebliğler kapsamında "yeni nesil" olarak tabir edilen, daha teknolojik ve yetenekli cihazlarla değiştirilmek zorunda. Ocak 2016'ya kadar tamamlanması planlanan bu dönüşüm kapsamında, yaklaşık 2 milyon yazarkasa yerini yeni nesil ödeme kaydedici cihazlara bırakacak.

Ödeme kaydedici cihazlar sektöründe faaliyet gösteren Panaroma ile Türkiye'deki mükelleflerin yıllardır yazarkasalarını kullandığı Olivetti de bu dönüşüm sürecinde esnaf ve işletmelere yönelik en uygun yeni nesil yazarkasaları sunmak amacıyla işbirliği yaptılar. PBT Genel Müdürü Burak Ceylaner, "Bu değişim sayesinde yeni nesil yazarkasalarımız esnafın 'sağ kolu' olacak. Esnafımız, Olivetti PBT900 ile yeni yasanın getirdiği yükümlülüklerle, mevcut düzenini hiç bozmadan uyum sağ-

E-fatura tuşu şimdiden hazır

Ceylaner, banka POS'ları kullanan yazarkasa mükelleflerinin, Olivetti PBT900'ü satın aldığı anda bu cihazlarını yine kullanmaya devam edebileceğine dikkat çekiyor. Ceylaner, "Sadece nakitle çalışan yüz binlerce esnafın da içerisinde POS özelliği olan cihazları yüksek fiyat ödeyerek satın almasına gerek kalmayacak. Sonuç olarak banka POS'u kullanan veya kullanmayan esnafımız için, yeni nesil sabit yazarkasalarımızın sahip olma ve kullanım maliyetleri daha avantajlı olacak" diyor.

Yeni nesil yazarkasalar birçok katma değerli uygulamayı destekleyecek, kullanıcılarına ek gelir ve çeşitli dijital uygulamalarla hedef kitleye odaklı pazarlama imkânları sağlayacak. Ceylaner, e-fatura ve e-arşiv gibi e-devlet uygulamalarına şimdiden uyumlu olan Olivetti PBT900'ün eczane, perakende, otopark gibi sektörel uygulamalarla rahatlıkla entegre edilebileceğini vurguluyor.

Güçlü işletim sistemi sayesinde birden fazla uygulamanın aynı anda çalışabildiği yeni nesil yazarkasalar, işletme sahiplerine kampanya düzenleme, katma değerli hizmetler sunma avantajı getiriyor. Düzenlemeyle e-devlete geçişin esnafa kadar indirilmesinin amaçlandığını söyleyen Ceylaner, "Cihazımızda e-fatura tuşu hazır. Güçlü mali hafıza sayesinde e-faturalar kaydedilip önümüzdeki dönemde devreye girecek e-arşiv sistemine hazır olacak" diyor.



Burak Ceylaner

Aldo Pirronello

Haberi hazırladığımızda Olivetti PBT900'ün fiyatı henüz tam olarak belirlenmemişti. Burak Ceylaner, sadece 1.000 TL'nin altında bir fiyatla piyasaya çıkaracaklarını belirtmekle yetiniyor.

Büyük ekranlı ve bütünleşik cihazlar da geliyor

PBT, yine Olivetti markasıyla yeni bir cihaz için de hazırlıklarını sürdürüyor. Bu yeni nesil yazarkasa daha çok restoran zincirlerine, marketlere hitap ediyor. Ceylaner, Olivetti Ar-Ge'siyle geliştirilen bu cihazın PBT mühendisleri tarafından Türkiye'ye adapte edildiğini anlatıyor. GİB'ten onay aldıktan sonra piyasaya sunulacak bu ürün daha geniş ve dokunmatik ekrana, daha gelişmiş özelliklere sahip olacak. Ceylaner, "Bütünleşik bir cihazımız da olacak. Bu konuda bir POS firmasıyla görüşüyoruz. Onun da onayını alında ürün gamımızı tamamlamış olacağız" diyor.

"Müşteri görüşlerinden ilham aldık"

Olivetti PBT900'ün tanıtım toplantısına Olivetti Başkan Yardımcısı Aldo Pirronello de katıldı. Pirronello, yeni işbirliğiyle ilgili şu açıklamayı yaptı: "30 yılı aşkın süredir Türk müşterilerimizin en güvenilir yazarkasa sağlayıcısıyız. Yeni ürün serimizin ardında da Türkiye'deki müşterilerimiz ile kurmuş olduğumuz

köklü ilişkinin ilhamı yatıyor. Tasarımımızın temelini Türkiye'deki müşterilerimizin görüşleri oluşturdu. Olivetti'nin bu amiral gemisi niteliğindeki ürününü Türkiye'nin dört bir yanına sunmak için çalışacağız. Türkiye'de başlayan bu yeni dönemin ortakları arasında yer aldığımız ve Türkiye'deki müşterilerimizle ilişkilerimizi güçlendirme bağı bulacağımız için çok mutluyuz."

3 bin satış bayisi, 300'den fazla servis noktası

Olivetti yeni nesil yazarkasalar Türkiye çapında 3 bini aşkın BSH (Bosch, Simens ve Profilo) bayilerinde yazarkasa mükelleflerinin beğenisine sunulacak. Burak Ceylaner, "980 Bosch, 1.100 Profilo, 300 civarında da Siemens mağazasında cihazlarımızı satışa sunabileceğiz. Servis hizmeti için de piyasanın önde gelen firmalarıyla anlaşma yaptık. Bu aydan itibaren 300'den fazla servis noktasında hizmet veriyor olacağız. Servis elemanlarına gerekli tüm eğitimleri verdik" diyor.

BSH'nin, yıllarca Olivetti markasıyla yazarkasa pazarının yüzde 35'lik payını elinde tutan ulusal bir dağıtım kanalı olduğunu hatırlatan Ceylaner, yeni nesil yazarkasa değişim sürecinde de aynı pazar payını elde edebilme hedefiyle yola çıktıklarını vurguluyor ve "Türkiye'de ulusal bir dağıtım kanalına sahip tek yeni nesil sabit yazarkasa Olivetti olacak" diye ekliyor.

"POS ÇÖPLÜĞÜ ORTADAN KALKACAK"

PBT Genel Müdürü Burak Ceylaner, neden ilk etapta bütünleşik değil de sabit bir yazarkasa cihazı çıkardıklarını sordumuzda şu yanıtı veriyor:

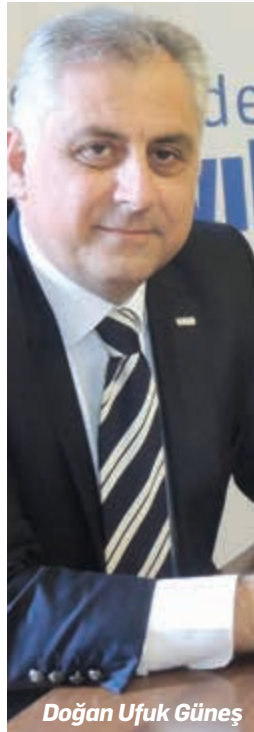
"Maliye, BDDK ve diğer ilgili kamu otoriteleri aslında bu sistemle ortak POS'u da motive etmek istiyor. Biliyorsunuz birçok işyerinde atıl halde duran POS cihazları var. Eğer bütün yeni nesil yazarkasalar, içinde POS gömülü yani bütünleşik olarak üretilseydi 2 milyon civarındaki mevcut POS

çöpe gidecekti. Şimdi bu POS'lar bir kabloyla yeni nesil yazarkasalara bağlanabiliyor. Peki bu nasıl olacak? Diyelim ki bir şarküteri sahibiyim. Birden fazla POS cihazım var. Şimdi yeni nesil bir yazarkasa aldım. En çok çalıştığım bankayı arıyorum ve POS'unu bu yazarkasaya bağlamasını istiyorum. Sonra diğer bankalarla da çalışmak istersem onlara da o POS'a uygulamalarını yüklemesini istiyorum. Böylece dükkanımdaki POS kalabalığı da ortadan kalkmış oluyor."



Bünyesinde “Ödeme Sistemleri Çalışma Grubu” kuran YASAD, geleceği mobilde görüyor. YASAD Başkanı Doğan Ufuk Güneş, “Şu anda pek çok ülkeye mobil uygulama satıyoruz. Devlet klasik iktisat anlayışından bilgi ekonomisi yaklaşımına geçerse dünyaya yeni markalar, teknolojiler satabiliriz” diyor...

Türkiye'nin yeni markaları mobilden çıkacak



ESİN GEDİK - esin.gedik@gmail.com

Doğan Ufuk Güneş

Türkiye, mobil ödeme ve e-ticaret alanında dünyanın sayılı ülkelerinden biri haline geldi. Türk yazılımcıları tarafından geliştirilen birçok ürün ve hizmet dünyaya ihraç ediliyor; Türk şirketleri farklı bölgeler için mobil uygulamalar geliştiriyor; mobil ödemeler konusunda önemli projeler üstleniyor. Sektörün bu potansiyelini gören ve daha da geliştirmek isteyen Yazılım Sanayicileri Derneği (YASAD) de bünyesinde bir “Ödeme Sistemleri Çalışma Grubu” oluşturdu.

Korgün Yazılım ve YASAD Başkanı Doğan Ufuk Güneş, bu grubun çalışmalarıyla birlikte sektörün çok daha hızlı büyüyeceğine ve önünün açılacağını inanıyor. Güneş, “Türkiye'nin yeni markaları hatta uluslararası markaları



HATTI AR-GE DEĞİL, SATHI AR-GE...

Doğan Ufuk Güneş'e göre Türkiye ekonomisinin sıçrama yapabilmesi için yazılıma özel önem verilmeli. Vergi kanununun değiştirilmesi de şart. Devletin klasik ekonomi zihniyetiyle bu alana yaklaştığını düşünen Güneş, sözlerini şöyle sürdürüyor:

"Teknoparklar yapılıyor ve teşviklerden yararlanmak için orada olmak zorunlu hale getirildi. Evet, bir teknopark altında toplanmalı ama bizim işimizde bunun bir anlamı yok. Biz zamansız ve mekansız iş yapıyoruz. Bakırcılar çarşısı gibi yazılım şirketlerini yan yana dizmenin bir anlamı yok. Evet Silikon Vadisi öyle ama orada 1970'lerin yaklaşımı artık terk edildi. 33 mühendis, tek bir pazarlama elemanı bile

olmadan 4 yılda 16 milyar dolar para kazandı. Evet, tahmin edebileceğiniz gibi WhatsApp'tan bahsediyorum. Bunu Adam Smith ekonomisiyle açıklayamazsınız. Bu bilgi teknolojisi ekonomisi. O zaman bunu klasik ekonomi kurallarından ayırmak, farkı görüp ona göre pozisyon almak lazım. Ar-Ge yardımlarından yararlanmak için getirilen çalışan kotası da çok yüksek. Önce 50 kişiydi, baskılarımız sonucu 30'a düştü. O da çok yüksek. Bırakın herkes girişimci olsun; 3, 5 kişilik Ar-Ge kadrosu olanı da destekleyin. 'Hattı Ar-Ge yok, sathı Ar-Ge var; o sathı da bütün vatan olmalı' diyoruz. İşte o zaman Türkiye'nin neler yapabileceğini görürüz. YASAD olarak bu bakışı yerleştirmeye çalışıyoruz."

mobilden çıkacak. Ancak bunun için kamunun artık klasik iktisat yöntemlerini bir yana bırakarak bilgi ekonomisi bakışına geçmesi gerekiyor. Ar-Ge yapan şirketleri bakırcılar çarşısı gibi yan yana dizmek yerine Ar-Ge'nin tüm vatan sathına yayılması için çalışılmalı" diyor. Güneş ile özelde mobil ödemeleri, genelde de yazılım sektörünün bugünü ve geleceğini konuştuk...

YASAD bünyesinde kısa bir süre önce ödeme sistemlerini tek çatı altına toplayan bir çalışma grubu oluşturdu. Neden böyle bir yapılanmaya ihtiyaç duydunuz?

Yazılım sektörünün alt bileşenlerinden biri olan mobil teknolojiler, en güçlü olduğumuz alanlardan biri. Bu alanda en güçlü olduğumuz bölüme mobil finansal hizmetler. Türkiye'de isteyen herkes akıllı telefonuyla sadece birkaç dakika içinde herhangi bir yere para transferi yapabiliyor, diğer bankacılık işlemlerini gerçekleştirebiliyor. Bizim insanımız bu hizmetin dünyanın birçok ülkesinde olduğunu düşünüyor ama öyle değil. Şu anda İngiltere'de iki, Almanya'da üç günden önce böyle bir işlemi yapamazsınız. Mutlaka ama mutlaka bankaya gitmeniz gerekir. Mobil yeteneklerimizi kullanıcılarımız o kadar kanıksadı ki bunu yabancılardan aldığımızı düşünüyor. Oysa bütün bunları biz başardık. Şu an bankacılıkta geliştirdiğimiz uygulamaların çoğu kendi üretimimiz. Dolayısıyla Türk mühendisinin mobil tarafta bir yazılım gücü var. Bunun altına mobil ödemeleri, mobil dışındaki ödeme sistemlerini, diğer tüm bankacılık hizmetlerini koyabilirsiniz. Ciddi bir yazılım know how'ı oluştu. Bu yüzden YASAD olarak ödeme sistemlerine büyük önem veriyoruz.

Öte yandan, yazılım ihracatı da çok önemli ve güçlü olduğumuz kalemlerden biri. Önümüzdeki dönemde de çok önemli olacak. Örneğin ABD'de kredi kartıyla alışveriş yaptığınızda hala imza atıyorsunuz. Dünyada çipli kredi kartı uygulamasını başlatan ülkelerden biriyiz. ABD bu sisteme daha yeni yeni geçmeye çalışıyor. Onu da bizim Türk şirketlerinin danışmanlığında yapıyorlar.

Ödeme Sistemleri Çalışma Grubu'nun amacı hakkında bilgi verir misiniz, neler hedefliyorsunuz?

Amacımız yazılımdaki önemli gücümüzü bir çatı altında toplamaktır. Birçok üyemiz bu alanda çalışma yapıyor zaten. Sektörde

Mühendis kalitemiz iyi ancak sayısı yeterli değil. Ara eleman sayısı yeterli ama kalitesi kötü...

faaliyet gösteren şirketlerin çoğu bizim bünyemizde. Bu alanda yeni şirketler kurulmasını da bekliyoruz. Burada önemli olan devletin vereceği destek. Ödeme sistemleri açısından desteğin yanı sıra regülasyonlar da önemli. Ortada bir kurallar zinciri olması gerekiyor. Bu yüzden de devlete sektörün durumunu doğru anlatmak gerekiyor. İşte biz bunu yapacağız.

İkinci hedef, sektör paydaşlarının sorun ve beklentilerini dinleyerek, oradan yeni ürün ve hizmetler çıkarabilmek. Son hedefimiz de ciddi bir ihracat potansiyeli olan bu alanın gücünden yararlanmak. Bir an önce, hızlıca inovatif ürünler çıkarıp ihraç etmek...

Mobil uygulamaların ihracatta da önemli bir payı olduğunu söylediniz, son rakamları ne oldu?

Yazılım o kadar geniş bir alan ki... TÜBİTAK'la bu konuda bir çalışma yaptık; 44 tane alt grup var ve mobil uygulamalar bunlardan sadece biri. Mobilin de kendi altında farklı alanları var. Aslında yazılımın sirayet etmediği bir alan yok...

Türkiye yazılım pazarı, 2010 yılında 1 milyar dolar civarındaydı. Kamuyla yaptığımız son çalışmadaki verilere göre pazarın büyüklüğü 6.8 milyar dolara ulaştı. İhracatımız 2011'de 250 milyon dolardı ve 2015'te 1 milyar dolara çıkarma sözü vermiştik. 2014'te 749 milyon dolara ulaştı. Bu yılın sonunda bir aksilik olmazsa 1 milyar dolara ulaşacağını düşünüyoruz. 2023 için de bir vizyon belirledik ve "10 milyar dolar yazılım ihracatı yapacağız, 1 milyon gence de nitelikli iş imkanı sağlayacağız" dedik.

İstihdamda bir ivmelenme söz konusu mu? Türkiye'deki eğitim sistemi bu açıdan nasıl bir ortam sunuyor?

Yıllık 70 bin yeni personel ihtiyacımız var. Bu sayıya mühendis ve ara elemanlar dahil. Türkiye'de her yıl mezun olan mühendis





sayısı 12 bin civarında. Ciddi bir mühendis açığımız olduğunu bu sayıya bakarak bile söylemek mümkün. Sektörün iki farklı sorunu var. Mühendislik kalitemiz iyi ama sayısal açığımız var. Üniversite seçme sınavının ilk sıralarında yer alan öğrencilerin çoğu mühendisliği tercih ediyor. Yüzde 1'lik dilimle girip de mezun olanların önemli bir bölümü ABD'deki şirketler tarafından tercih ediliyor. Orada önemli görevler alıyorlar. Silikon Vadisi'ne gidin, Türk mühendislerin hemen hepsinin önemli mevkilerde olduğunu görürsünüz. Eskiden Hintliler tercih ediliyordu. Onlar da yönetici olunca işleri Hintli firmalara paslıyordu. Bu sayede Hindistan'ın yazılım altyapısı çok genişledi. Ülkenin yıllık yazılım pazarı 50 milyar dolarlara ulaştı.

Hindistan bu alanda güçlü ve büyük bir pazar ama ülkenin toplu taşımayla ilgili teknolojik altyapısını bir Türk şirketi yapıyor. Bu bir çelişki değil mi?

Hayır, aslında Hindistan yazılımda bizden güçlü değil. Sadece bizden daha önce başladılar ve arada ciddi bir fark oluştu. Nüfus fazla, önceden başladılar ve sürekli iş geliyor. Ancak yaptıkları işlerde ciddi bir kalite sorunu var.

Eğitim konusuna dönersek, nitelikli eleman konusunda sıkıntı çekiyoruz. Türkiye'de yılda 40 bin kişi meslek lisesinden mezun oluyor ama bizim aradığımız nitelikte yetişmedikleri için iş bulamıyorlar. Aynı şekilde biz de eleman bulamıyoruz. Oysa 1 milyon gencimize iş sağlamamız önünde bir engel yok. Sektör "take off" durumda ama insan yetiştirmemiz lazım. Bunun yeri de önce meslek okulları, sonra üniversite. Her şeyi mühendis yapmamalı. Mühendis yazılım yazmamalı, tasarım yapmalı. Yazılı-

"DÜNYAYA TEKNOLOJİ SATABİLİRİZ"

Doğan Ufuk Güneş, Türkiye'nin yazılımda ulaştığı seviyeyi coğrafi şansıyla birleştirerek başarıyı çok daha ilerilere taşıyabileceğini düşünüyor. Güneş, "Lokasyon olarak dünyanın tam ortasında; gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin göbeğindeyiz. Geçenlerde Polonyalı yetkililer bizi toplantıya çağırıp yatırıma davet ettiler. Oysa bunu onlar değil biz yapmalıydık. Hızlı adım atmazsak bırakın gelişmeyi, bugünkü pazarlarımızı bile Polonya'ya, Romanya'ya kaptrabiliriz. Önümüzdeki tarihsel fırsatı görmemiz gerekiyor. Türkiye'nin üretim açısından hiçbir sıkıntısı yok. Artık teknolojiye marka olmalıyız, sahibi olduğumuz markaları ihraç etmeliyiz. İnancım o ki Türkiye'nin yeni markaları mobilden çıkacak ve dünyaya açılacak" diyor.

mi ara eleman yazmalı. Bu biraz da mimarın eline mala verip siva yaptırmaya, inşaat mühendisine duvar ördürmeye benziyor. Mühendisin Ar-Ge'ye odaklanması, yeni fikirler, yeni projeler geliştirmesi gerekiyor. Sonra o fikirleri teknisyenler hayata geçirmeli. Mühendis kalitemiz iyi ama sayıca eksik; teknisyen sayımız fazla ama kalite eksik. İşte açmaz burada. Bunu başarırız hem istihdam hem de ihracatta patlama yaparız.



Ziraat Bankası'nda bir gecede 11 genel müdür yardımcısı değişti

Kim nereye transfer oldu?

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

Sektörle ilgili son gelişmeler

TRT Genel Müdürlüğü'ne talip olan bankacı kim?

Hepsi ve daha fazlası için
www.finansgundem.com



FINANS SEKTÖRÜNÜN
İNTERNETTEKİ BULUŞMA ADRESİ

4 bin metrekarelik mağazada kasa kuyruğu yok!

“Teknolojiyi lüksün ihtişamını hissettirmek için kullanma” vizyonuyla yola çıkan Vakko, BKM Express ile mağaza içerisinde yüz yüze mobil alışveriş dönemini başlattı...

Perakende oldukça dinamik ve gelişmeye açık bir sektör. Dijital kanalların alışverişteki payı her geçen gün artarken mağazalardaki kalabalıkta da bir azalma söz konusu değil. Ancak dijitalleşmeyle birlikte mağazaların rolünün değiştiği de bir gerçek.

Evet, mağazalar daha çok ürünün görüldüğü yer ve deneyim alanı olmaya devam ediyor. Örneğin ünlü tasarımcı Rebecca Minkoff’un geçen yıl kasım ayında New York’un Soho bölgesinde açtığı ilk fiziki mağazası, kullandığı teknolojiyle internette alışverişini aratmıyor. Öyle görünüyor ki Türkiye moda sektörünün öncülerinden Vakko da gelecekte alışveriş kanalından bağımsız, özgün ve markayı tanımlayan deneyimleri oluşturan perakendecilerin öne çıkacağı farkında. “Teknolojiyi lüksün ihtişamını hissettirmek için kullanan” Vakko, BKM Express’le işbirliğine giderek mağaza içerisinde mobil alışveriş dönemini başlatıyor.

Mobil cihazlardaki dijital cüzdan BKM Express, mağaza içi mobil ödeme uygulamasıyla yüz yüze ödemede yeni bir dönemin kapılarını açıyor. İnternet alışverişlerinin yanı sıra restoran, taksi ve benzin istasyonlarında da hızlı ve güvenli mobil ödeme imkanı sunan BKM Express, Vakko öncülüğünde perakende sektörüne de adım atmış görünüyor.

Kasasız alışverişini mümkün kılan QR kodlu ödeme fonksiyonu, Vakko ve BKM Express işbirliğiyle Türkiye’de ilk kez mağaza içi ödeme sisteminde kullanılmış olacak. Bu yeni mağaza içi mobil ödeme sistemiyle tüketiciler ödemelerini kasaya gitmeden, mağaza içerisinde diledikleri bir noktadan yapabilecek.

4 bin metrekare büyüklüğündeki Vakko Zorlu’da başlatılan bu uygulamayı yakında diğer mağazalarda da görebileceğiz.



Tabletler kasa, telefonlar cüzdan...

Vakko ve BKM Express, moda sektöründe bir ilk olan işbirliğini geçen ay düzenledikleri bir basın toplantısıyla duyurdu. Vakko CEO’su Jaklin Güner ile BKM CEO’su Dr. Soner Canko’nun hazır bulunduğu toplantıda her iki yönetici de bir deneme alışverişini yaparak uygulamayı resmen başlatmış oldular.

Perakende sektörüne yeni bir soluk getirecek ödeme sistemiyle ilgili bilgi veren BKM CEO’su Soner Canko, BKM olarak odaklandıkları temel noktalardan birinin web ve mobil üzerinden yapılan işlemleri geniş kitlelere yaymak olduğunu vurguladı. Vakko ile başlatılan işbirliğinin BKM Express olarak perakende sektörüne giriş için çok önemli bir adım olduğunu

belirten Canko, sözlerini şöyle sürdürdü: "Alışverişlerde mobil ödemenin payı 2014 yılının son çeyreği itibarıyla kayda değer bir artış gösterdi. E-ticaretin ardından akıllı cihaz pazarının gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla mobil ticaret de giderek büyüyor. Buna paralel olarak mobil ödemeler de artıyor. Türkiye'de online perakendede mobil ödemenin payı şimdilik yüzde 17 seviyesinde. İki yıl içerisinde bu rakamın 30'a çıkmasını bekliyoruz. BKM olarak, ülkemizdeki kart kullanıcılarının hayatını kolaylaştırmak, alışverişte ödemelerini basitleştirmek için çalışıyoruz."

Kasa müşterinin ayağına geliyor

BKM Express uygulamasıyla Vakko mağazalarındaki tabletler birer kasaya dönüşüyor. Kasasız alışverişi mümkün kılan BKM Express'in mağaza içi ödeme sisteminde kullanılması mobil ticarete önemli bir adım. Uygulama artık müşteri neredeyse ödemenin de orada olduğu anlamına geliyor. Mağaza içi mobil ödeme sayesinde müşteriler kasada beklemeden ya da sıraya girmeden buldukları yerden, sadece cep telefonlarını kullanarak basit ve güvenli şekilde ödeme yapabilecek. Canko, bugüne kadar, restoran ve akaryakıt istasyonlarında kullanmaya alışkın olduğumuz ve perakendede ilk olarak Vakko ile birlikte uygulamaya konan BKM Express'i yakın gelecekte perakende mağazalarında daha sık göreceğimizi söylüyor.

Teknoloji lüksün ihtişamını hissettirecek

Vakko ise bu uygulama sayesinde modada olduğu gibi, teknolojiyi perakendeyle buluşturan yeni yaklaşımlarda da öncü olmayı hedefliyor. 75 yıllık moda markası önümüzdeki dönem de dijital atılımlarla Vakko, müşterilerine yüz yüze hizmeti göz ardı etmeden alışveriş deneyimini unutulmaz kılabacak farklı hizmetler sunmayı planlıyor.

Teknolojiyi lüksün ihtişamını hissettirmek için kullanacaklarını söyleyen Vakko CEO'su Jaklin Güner, toplantıda şu değerlendirmeyi yaptı: "İlk kez Vakko'da kullanılmaya başlanan sistem sayesinde Vakko müşterileri de daha fazla konfora kavuşacak. Teknolojinin günlük hayata bu denli entegre olmasıyla birlikte, iş yapış biçimlerinden tüketim tercihlerine kadar birçok alanda farklılaşma yaşandı. Tüketiciler artık daha fazla hız, esneklik ve konfor arar hale geldi. Elbette perakende de bu değişimden etkilenen öncelikli sektörlerden biri oldu."

Vakko olarak fiziki kanallarla tüketiciye dokunurken dijitali göz ardı etmemeyi, bütünsel bir deneyim yaşatmayı ilke edindiklerini belirten Güner, "Vakko Zorlu son dönemde Türkiye'de açılan en görkemli mağaza. Müşterilerimize burada yaşattığımız alışveriş deneyimini BKM işbirliğinde hayata geçirdiğimiz yeni nesil ödeme sistemiyle bir adım öteye taşımaktan çok mutluyuz. Bu işbirliği bu alanda yapacağımız çalışmaların ilki" dedi.



1

ADIM ADIM MAĞAZADA MOBİL ÖDEME



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11

- ➔ Zorlu Center'daki Vakko'da başlayan mağaza içi ödeme sisteminde satış danışmanlarındaki tabletlere işyerinin mobil uygulaması yükleniyor.
- ➔ Müşterilerin de bir kereye mahsus olmak üzere BKM Express dijital cüzdan uygulamasını Google Play veya AppStore'dan indirmesi gerekiyor.
- ➔ Vakko satış danışmanı, müşteri alışverişini tamamladıktan sonra kasaya gitmesine gerek kalmadan saniyeler içerisinde ödeme alabiliyor.
- ➔ Satış danışmanı, tablet üzerindeki işyeri uygulamasına tutar bilgisini girdiği anda işyeri uygulamasında bir QR kod oluşturuluyor.
- ➔ Müşteri, BKM Express uygulaması içerisinden "QR kodla ödeme" seçeneğini seçerek tabletteki QR kodu tarıyor.
- ➔ BKM Express uygulaması içerisinden ödeme yapacağı kartını ve taksit sayısını seçiyor.
- ➔ Müşteri, cep telefonuna gelen tek kullanımlık şifreyi (SMS OTP) gerekli alana girdiği anda işlemi onaylamış oluyor.

Mobil ödemelerde küresel trendler



John Chaplin
Ixaris Systems
Yönetim Kurulu Başkanı

Tüm dünyada ödeme sistemleri sektörü, en heyecanlı günlerini yaşıyor. Ödemelerle ilgilenen pek çok yenilikçi start-up, melek yatırımcılardan milyonlarca dolarlık yatırım alıyor, Apple ve Google gibi teknoloji devleri sektöre girmeye çabalar. Bankalar ve uluslararası kart şemaları pazardaki konumu korumaya çalışıyor. Mobil ödemeler özellikle gelişmekte olan ülkelerde finansal erişimi artırmak için önemli bir araç olarak görülüyor.

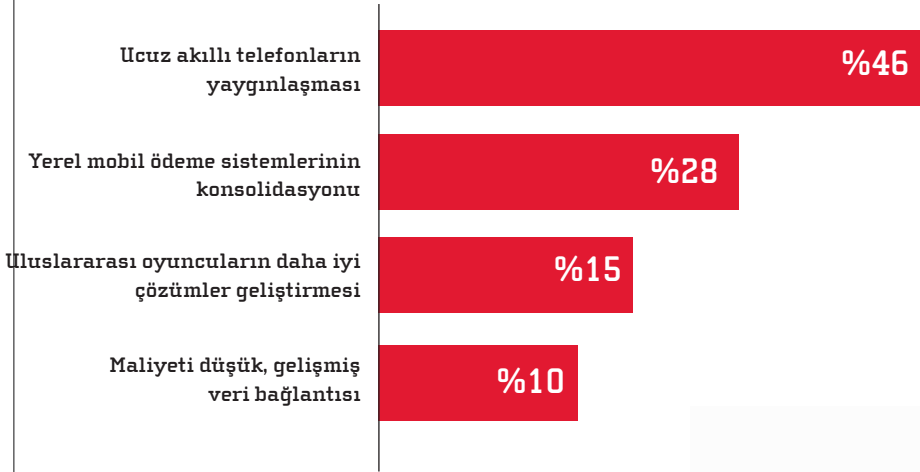
Artan mobil telefonlara geçiş, ödemeler dünyasındaki inovasyonların temel odağı. Daha çok

insanın telefon sahipliği arttıkça ilk defa finansal hizmetlere erişim imkanı bulabilecek popülasyon da artacak. Düşük maliyetli akıllı telefonların yayılması para gönderme, alma ve ödeme hizmetleri için yeni fırsatlar doğuruyor.

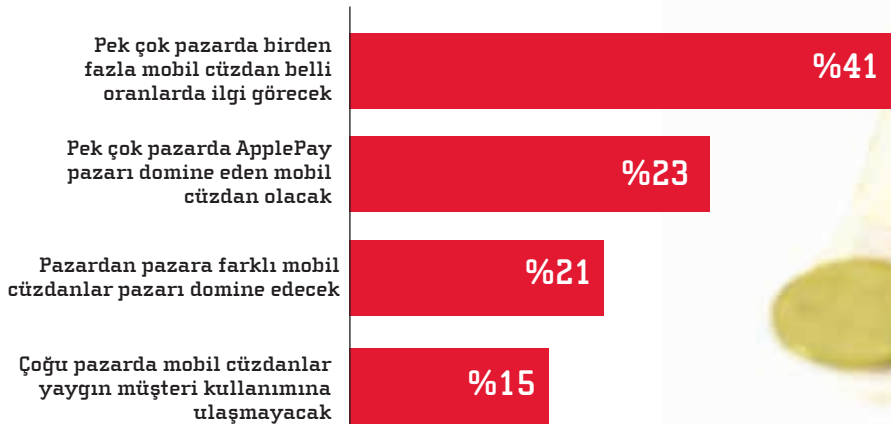
GSMANın (Dünya GSM Birliği) yayınladığı Mobil Finansal Servisler raporuna göre, 2013 sonunda 60 milyon olan mobil para kullanıcı sayısı 2014'te 103 milyona ulaştı. Dünya genelinde 255 aktif mobil para servisinin yüzde 21'i 1 milyondan fazla kullanıcıya sahip. Tüm bu rakamlar gelecek için umut verici.

"Mobil bankacılık uygulamaları, finansal hizmet ve servislerin kullanımının artmasında itici rol oynuyor."

Mobil para ve ödemelerin küresel olarak yaygınlaşmasında en büyük etken ne olacaktır?



Önümüzdeki birkaç yıl içerisinde gelişmiş ülkelerdeki mobil cüzdan pazarı nasıl değişecek?



Mobil ödemeler nasıl yaygınlaşacak?

Düşük maliyetli akıllı telefonların artmasıyla birlikte mobil ödemeler daha da yaygınlaşabilecek. Hindistan'da Micromax ve Karbonn, Çin'de Xiaomi gibi markalar düşük maliyetli akıllı telefonların geliştirilmesi üzerine çalışıyor. Dünya nüfusunun çoğu, internete sabit hatlardan değil bu akıllı telefonlar aracılığıyla erişecek.

Ucuz akıllı telefonların yanı sıra bir diğer önemli faktör mobil para servislerinin birleşmesi olacak. Servisler uyumlu çalışabilme (interoperability) anlaşmaları yaptıkça, şirket satın almalarıyla ve standartların belirlenmesiyle bu



Doğru koşullar oluştuğunda mobil, ödemeler dünyasındaki inovasyonların gözbebeği olacak. Bu alanda gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkelere örnek olma potansiyeli de yüksek gözüküyor...



problem çözülmeye başlayacak. Ancak hizmetlerin çapraz çalışabilmesi için gidilecek daha çok yol var.

Mobil ödemelerin gerçek ekonomik ve sosyal faydasını yakalayabilmek için farklı sistemlerin uyumlu çalışabilmesi (interoperability) önemli. Özellikle finansal katılımın artırılması hedeflenen gelişmekte olan ülkelerde bu önem artıyor. Çoğu pazarda mobil ödeme çözümleri fragmente ve çoğu çözümde başka bir uygulamaya para gönderme imkanı bulunmuyor.

Mobil cüzdanlar nereye gidiyor, Apple Pay cüzdanları sarstı mı?

Mobil cüzdanlar son dönemde gelişmiş ülkelerdeki en popüler konulardan biri. Bankalar, ödeme şirketleri ve teknoloji şirketleri mobil cüzdan pazarında yer edinebilmek için pek çok yatırım yaptılar. Google, Google Wallet'ın yeni versiyonunu, Apple da Apple Pay'i lanse ederek pazarı daha da hareketlendirdi. Ancak sektör uzmanları, temassız terminallerin getirdiği maliyetin ve tüketici tarafındaki sınırlı talebin kitlelere yaygınlaşmasının önündeki temel bariyer olduğunu düşünüyorlar.

Apple'ın tüm çabalarına karşın sektör uz-

manlarının yüzde 75'i, Apple Pay'in sektörü domine edebilecek mobil cüzdan olduğunu düşünüyor. Android sayısının iPhone'un iki katı olması nedeniyle bu bir sürpriz değil. Yine sektör uzmanlarının çoğu farklı mobil cüzdanların ilgi çekeceğini düşünüyor. Sektör uzmanlarının görüşü, öyle ya da böyle doğru koşulların oluşmasıyla mobilin ödemeler dünyasındaki inovasyonların gözbebeği olacağı yönünde birleşiyor. Bu yönde giderken gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkelere örnek olma potansiyeli de yüksek gözüküyor.

John Chaplin kimdir?

John Chaplin, Visa Europe'da operasyon ve stratejiden sorumlu genel müdür yardımcılığı dahil olmak üzere 20 yılı aşkın bir süre üst düzey yönetici olarak çeşitli görevlerde bulundu. First Data'da danışman olarak çalıştığı dönemde SEPA stratejisini geliştirdi, şirketin birleşme ve satın alma süreçlerini yönetti. Halen Avrupa Komisyonu ve gelişmekte olan ülkelerdeki pek çok merkez bankasına danışmanlık yapan Chaplin, aynı zamanda Ixaris Systems Yönetim Kurulu Başkanlığı görevini sürdürüyor.

“Şu anda pek çok mobil para uygulaması gerçek anlamda para kazanamıyor. Mobil para uygulamalarının konsolidasyonu daha çok müşteriye erişim imkanı sağlayacak ve bu sayede kârlılık da artacaktır.”



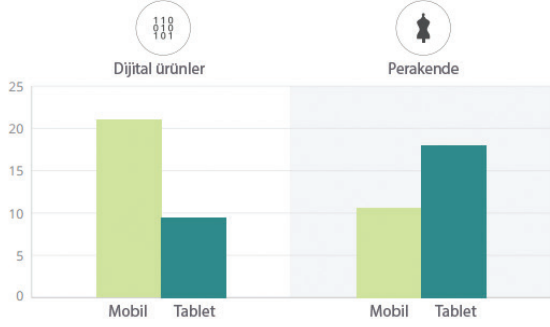
İngilizler açık ara lider Amerikalılar atağa kalktı



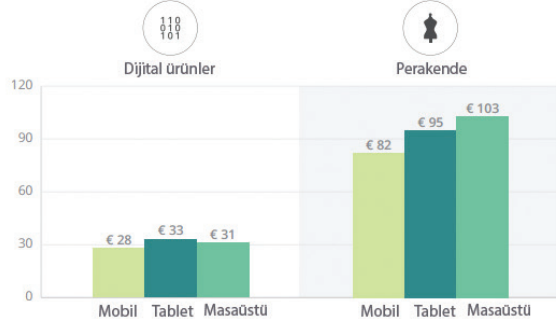
2015'in ilk 3 ayında online ödemelerin yüzde 27.2'si mobil cihazlarla yapıldı. İlk çeyrekte tabletlerle satın alınan dijital ürünlerin ortalama sepet değeri ilk kez masaüstü ve dizüstü bilgisayarları geride bıraktı...



Sektöre göre mobil ödemeler yüzdesi (Ocak – Mart 2015)



Sektöre göre ortalama işlem değeri (Ocak – Mart 2015)



Dünya çapında 3 bin 500'ün üzerinde şirkete hizmet veren ödeme teknolojileri şirketi Adyen, geçen ay Mobil Ödemeler Endeksi'nin 2015 yılı ilk çeyrek sonuçlarını açıkladı. Adyen'in global müşteri ağındaki web tabanlı işlemleri baz alarak oluşturduğu endekse göre, mobil cihazlar kullanılarak yapılan online ödemeler global bazda hızla artıyor. 2015'in ilk çeyreğinde toplam online ödemelerin yüzde 27.2'si mobil cihazlarla yapıldı. Ki bu oran geleneksel olarak harcamaların arttığı bir dönem olan geçen yılın son çeyreğinde yüzde 25.8'di.

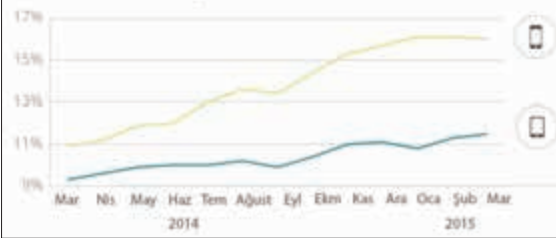
Öte yandan, Adyen'in Mobil Ödemeler Endeksi'ni yayınlamaya başladığı 2013 yılı haziran ayından bu yana tabletler aracılığıyla satın alınan dijital ürünlerin ortalama sepet değeri, masaüstü ve dizüstü bilgisayarları ilk kez geride bıraktı.

İngiltere lider, ABD hızlı büyüyor

ABD pazarı açısından bakıldığında, mobilin yükselişi daha belirgin görülüyor. Son 6 ayda mobil cihazlarla yapılan online ödemelerin tutarı yaklaşık 5 puanlık artışla yüzde 26.7'ye ulaştı. Avrupa bölgesinde ise aynı dönemde sadece 2 puanlık bir artış söz konusu. Buna rağmen Avrupa'nın yüzde 28.6 seviyesindeki mobil cihazlarla online ödeme oranıyla lider konumunda olduğu göz ardı edilmemeli. Asya pazarları da ilk kez mobil cihazlarla yapılan online ödemelerde yüzde 20 bariyerini aşmış oldu.

Ülke bazında bakıldığında ise Birleşik Krallık açık ara global ortalamaların üzerinde yer alıyor. 2015'in ilk çeyreğinde Birleşik Krallık'ta online ödemelerin yüzde 44.4'ü mobil cihazlarla yapıldı. 2014'ün aynı döneminde bu oran yüzde 36.9 seviyesindeydi. Söz konusu dönemde akıllı telefonlarla yapılan ödemeler toplam mobil ödeme-

Mobil cihaz türüne göre ödemeler oranı (%)



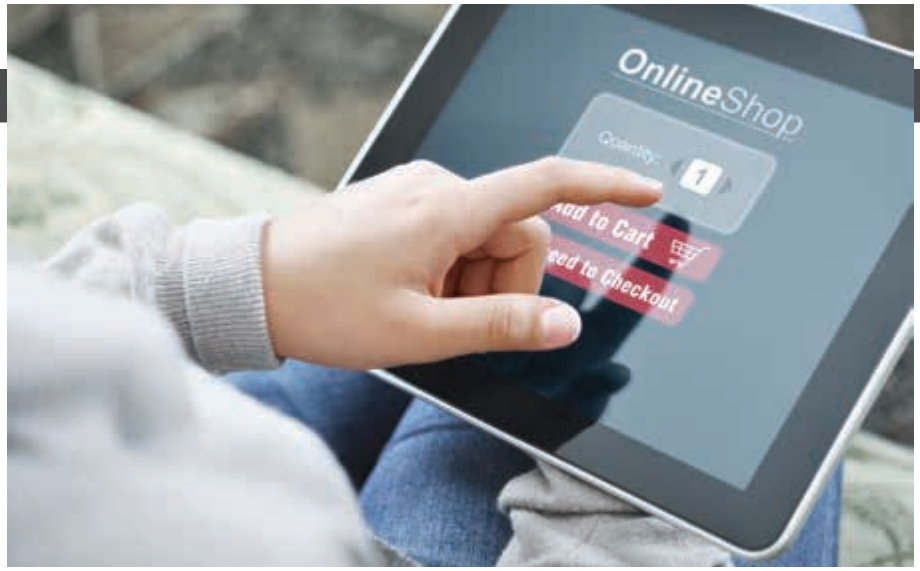
lerin yüzde 66'sını oluşturdu.

Uzmanlara göre Birleşik Krallık'ın mobil ödemelerdeki dünya liderliği, gene olarak güçlü ödeme altyapısından kaynaklanıyor. Ülkenin yeni ödeme kanallarına karşı sürekli bir merak ve talebi olan genel nüfusu sayesinde oldukça rekabetçi bir mobil ağ altyapısı bulunuyor.

Tabletin sepeti dizüstü ve masaüstünü geçti

Endeksin ortaya koyduğu en önemli verilerden biri de son 12 ay içinde dijital ürün satın almalarında ortalama sepet değerinin tüm platformlarda artış kaydetmesi. Ortalama işlem değeri yıllık bazda yüzde 37 artışla 28.27 Euro'ya yükselirken online dijital harcamalar masaüstü ve dizüstü ürünlerde yüzde 28, tabletlerde yüzde 30 artış gösterdi. Ortalama iş-





lem değerindeki en büyük artış akıllı telefonlarda gerçekleşti. Tabletler 32.66 Euro'luk ortalama işlem değeriyle, 31.19 Euro olan masaüstü/dizüstü bilgisayar değerini ilk kez geride bıraktı.

Akıllı telefonlar hızlı, tabletler yavaş

Akıllı telefonlarla yapılan satın almaların ortalama işlem değeri tabletlerin gerisinde kalsa da online ödemelerdeki payı çok daha hızlı büyüyor. 2014 yılının mart ayında akıllı telefonların online işlemlerdeki payı yüzde 10.9, tabletlerinki ise yüzde 9.3'tü. 2015'in aynı ayındaysa akıllı telefonların payı yüzde 16'ya yükselirken tabletlerde bu oran yüzde 11.5 seviyelerinde kaldı. Böylece akıllı telefon ve tablet arasındaki fark neredeyse yüzde 300 artmış oldu. Aynı dönemde masaüstü ve dizüstü bilgisayarların online işlemlerdeki payı yüzde 79.8'den 72.5'e düştü.

Tabletlerin piyasa doygunluğuna yaklaşıyor olabileceğine dikkat çeken Adyen CCO'su Roelant Prins, endeksle ilgili şu değerlendirmeyi yapıyor: "Perakendeciler, bu kanal için ödeme süreçlerini her geçen gün geliştirip kolaylaştırıyor. Tüketiciler de bu sayede daha güvenli ve daha rahat hissederek mobil cihazlarla daha çok harcama yapıyor. Kısacası insanların harcamalarını nasıl ve nerede daha rahat yaptığıyla ilgili ciddi bir ivme var. Son 12 ay içerisinde tüm mobil kanallarda dikkate değer bir artış gözleniyor."

iOS Android'e karşı

Akıllı telefon işletim sistemleri savaşında Apple hakimiyetini koruyor. Ancak Google ile Google dışındaki 84 mobil cihaz şirketinin global birliği "Open Handset Alliance"

aradaki açığı kapatıyor. iOS'un online mobil ödemelerdeki pazar payı 2015'in ilk çeyreğinde yüzde 65 seviyesinde oluştu. Bu oran, geçen yıl yüzde 69.5'ti. Android ise 2014'ün ilk çeyreğinde yüzde 30.3 olan payını 2015'in ilk çeyreğinde yüzde 34.9'a çıkardı.

Android iOS ile arayı kapatıyor olsa da Apple ortalamaları, Android cihazlara göre daha dengeli seyrediyor. 2015'in ilk çeyreğinde iOS işlemcilerle yapılan mobil ödemelerde iPad'ler yüzde 47.2, iPhone'lar ise yüzde 52.8 pay aldı. Android işlemcili mobil telefonların kendi kategorilerindeki payı ise yüzde 78.2 gibi hayli yüksek bir oranda.



187 FARKLI PARA BİRİMİYLE 250 ONLINE ÖDEME MODELİ

Adyen Mobil Ödeme Endeksi, Haziran 2013'ten bu yana farklı cihazlar, piyasa aktörleri ve coğrafyalar için mobil ödeme eğilimleriyle ilgili detaylı veri toplayarak mobilin bir ödeme kanalı olarak hızlı gelişimini takip ediyor. Adyen'in global mobil internet işlemler verisine dayalı olarak hesaplanan endeks, uygulamalarla yapılan mobil ödemeleri değerlendirmeye almıyor.

Adyen, şirketlerin dünyanın neresinde olursa olsun ödeme alabilmesi için tek bir global platform sağlayan bir teknoloji şirketi. 250 ödeme yöntemi ve

187 para birimiyle şirketlerin online, mobil ve POS üzerinden ödeme alabilmesini sağlıyor.

Merkezleri Amsterdam ve San Francisco'da bulunan Adyen; Kuzey Amerika, Güney Amerika, Avrupa, Asya ofisleri aracılığıyla 3 bin 500'ün üzerinde şirkete hizmet veriyor. ABD'nin en büyük 5 internet şirketinin 4'ü Adyen'in müşterileri arasında yer alıyor. Şirketin hizmet verdiği markalar arasında Facebook, Dropbox, Airbnb, Netflix, Spotify, Groupon, Evernote, Booking.com, Viagogo, Yelp, Vodafone, Mango, O'Neill, SoundCloud, KLM ve JustFab göze çarpıyor.





Sigorta Gündem

Atamalar, terfiler
Sektörle ilgili son gelişmeler
Kim nereye transfer oldu?
Detaylı bilanço analizleri



Hepsi ve daha fazlası için
www.sigortagundem.com



Neden mobilden alıp satmalıyım?

BKM, mobil ticaretin gelişmesi için attığı adımlara bir yenisini ekledi. Mobildenaldim.com internet sitesini hayata geçiren BKM, hem tüketiciler hem de mobil girişimcilik yapmak isteyenler için önemli bir rehber hazırladı...



Cisco tarafından hazırlanan “Görsel Ağ Endeksi Global Mobil Veri Trafik Tahmini”ne göre, 2014-2019 yılları arasında Türkiye’nin de içinde bulunduğu Orta ve Doğu Avrupa bölgesinde mobil veri trafiği yüzde 71 büyüyecek, küresel mobil veri trafiği 10 katına çıkacak.

Aynı araştırma, geçen yıl 8.3 milyar adet mobil cihaz arasında 3.2 milyar olarak gerçekleşen M2M (cihazdan cihaza) bağlantı sayısının 2019’da 11.5 milyara ulaşacağını öngörüyor. Daha hızlı mobil bağlantı, daha fazla mobil video da hızlı büyüyecek alanlar arasında gösteriliyor.

Araştırmalarla ortaya çıkan bu potansiyeli değerlendirmek için çok sayıda adım atılıyor. Mobil platformun önemli bir ayağı olan m-ticaret, mobil ödeme gibi fonksiyonlar da geliştirilmeye çalışılıyor. Uzun zamandır bu alanda çalışmalar yapan Bankalararası Kart Merkezi (BKM) de bu konudaki farkındalığı artırmak, bilinç seviyesini yükseltmek için ‘Mobildenaldim.com’ adlı internet sitesini yayına geçirdi.

Tüketici hep önde

Mobildenaldim.com, iki ayrı fonksiyonu merkezine almış durumda. İlk tüketiciler için “neden almalıyım”, diğeri de girişimcileri hedefleyen “neden satmalıyım” başlığı... Sitede mobil alışverişin tüketicilere sağladığı faydalar örnekleriyle şöyle açıklanıyor: Sepet, izleme listesi ve bluetooth teknolojisini kullanan sensörler mağaza alışveriş deneyimini kişiselleştirmek için var artık. Kendi sepetim, kendi listem, kendi gözlemlerim, yorumlarım gibi... Ve elbette bunlara bağlı olarak ilgi alanlarıma ilişkin ürünlerden ve fırsatlardan haberdar olma...

Tüm bu dijital hareketler, bir bilgi tabanı ve içerik de sağlıyor. Tüketicinin aldığı, beğendiği ürün, yorumları, notları, satın almaları ve daha fazlası, mobil ticaret ortamında bir bilgi ve veri kaynağından öte içerik olarak duruyor. Tüketicinin daha sağlıklı seçim yapması da bu içeriklerle mümkün.



Serkan Yazıcıoğlu

Mobildenaldim.com’un girişimciler için hazırlanan bölümünde ise m-ticaretin tanımı, faydaları, dünya ve Türkiye’deki trendler anlatılıyor. Mobil ticaret; mobil pazarlama, mikro ödeme sistemleri, mobil internet bankacılığı, elektronik bilgilendirme sistemleri olarak sınıflandırılıyor. BKM Genel Müdür Yardımcısı Serkan Yazıcıoğlu, m-ticaretin yaygınlaşmasının özellikle küçük işletmelere önemli bir fırsat sunduğunu vurgulayarak “Özellikle satış ve pazarlamada uluslararası firmalarla rekabet edemeyen işletmeler; m-ticaret ile yerel ve uluslararası anlamda ticaret sistemine katılmayı başarabiliyor. Ödeme süreçlerinin taşınabilir cihazlar üzerinden kolaylıkla tamamlanabilir olması, küçük işletmelerin rekabet gücünü neredeyse maliyetsiz olarak artırıyor” diyor. ☺

FINANSJOB

www.finansjob.com

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

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



BANKACILIK VE FİNANS SEKTÖRÜNE ÖZEL İLK KARIYER PORTALI AÇILDI

Cartel’li “Alman usulü” filmiyle izlenme rekorları kıran BKM Express, şimdi de Sina Afra, Sarp Apak ve Işıl Alben ile “Basit yaşa, basit öde!” mesajını veriyor...

Basit düşün

basit yaşa

basit öde

B K M BANKALARARAS KART MERKEZ

Bankalararası Kart Merkezi (BKM), mobil ticaretin yaygınlaşp gelişmesi için yürüttüğü çalışmalara bir yenisini daha ekledi ve pek çok ülkede örnek proje olarak gösterilen, internet alışverişleri ve para göndermede en “basit” yöntem olan ücretsiz mobil dijital cüzdan uygulaması BKM Express için yeni bir reklam kampanyası başlattı.

Mart ayında 90’ların efsane sesi Cartel’in şarkısıyla yayınlanan

ve BKM Express ile “Alman usulü” para göndermenin basitliğinin anlatıldığı internet filmi kısa süre içinde 2 milyondan fazla kişi tarafından izlendi.

BKM Express için şimdi de “Teknoloji hayatı basitleştirmek için olmalı” mottosundan hareketle 3 farklı internet reklam filmi hazırlandı. Filmlerde girişimci/işadamı Sina Afra, popüler oyuncu Sarp Apak ve milli basketbolcu Işıl Alben rol aldı.

Farklı alanlarda uzmanlaşmış bu değerli isimler, BKM Express’in teknolojiyi doğru kullanıp, ödeme süreçlerini hızlandırarak hayatı nasıl basitleştirdiğini anlatıyorlar:

HİKAYELER, HAYATLAR FARKLI; MESAJ AYNI

“Basit” kavramıyla filmlerde karmaşadan uzaklığa, sadelik ve yalınlığa vurgu yapılıyor. Çoğu zaman hepimizin ihtiyacı olduğu gibi... BKM Genel Müdür Yardımcısı Serkan Yazıcıoğlu, kampanyanın amacını şöyle özetliyor:

“Her bir filmde, hikayeler ve hayatlar farklı olsa da aynı mesaj veriliyor: Basit yaşa! Çünkü karmaşık sorunlar ancak basit düşünerek çözülebilir, en iyi oyunlar da basit oynananlardır. BKM olarak ülkemizdeki kart kullanıcılarının hayatını kolaylaştırmak, alışverişte ödemelerini ‘basitleştirmek’ için çalışıyoruz. Çalışmalarımızı ‘Basit yaşa, basit öde!’ sloganımız çerçevesinde sürdüreceğiz.”

Her kesimin hayatını kolaylaştırıyor

Reklam serisinde Sina Afra girişimci gözüyle fırsatları görme yolunun basit düşünmekten geçtiğini anlatırken, BKM Express mobil uygulaması üzerinden online alışverişin ne kadar basit bir şekilde gerçekleştiğini gösteriyor.

Sarp Apak, oyunculuk hayatında basit oynamanın ne kadar önemli ve zor olduğunu anlatırken, maç biletini BKM Express ile arkadaşının cep telefonuna para göndererek alıyor.

Işıl Alben ise iyi bir basketbolcu olmanın yolunun basit oynamaktan geçtiğini söylüyor ve otomobilinden inmeden aldığı yakıtın ücretini cep telefonundaki BKM Express uygulamasıyla ödüyor.



ÖDEME SİSTEMLERİ SEKTÖRÜNÜN RAKİPSİZ DERGİSİ

Sektörün tüm temsilcilerini
kapsayan zengin içerik

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

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

Abone Formu

PSM
PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE



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

Adı Soyadı:

Adresi:

Posta Kodu:

Şehir:

Tel:

Faks:

Ödeme Bilgileri

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

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

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

Silikon Vadisi'ne bir de bu gözle bakın!



Ergi Sener
Metamorfoz ICT Inc.
Kurucu Ortağı

Silikon Vadisi'nin kültürünü, iş yapış şekline etki eden düşünce tarzını anlamadan, yüzeysel olarak kopyalamaya çalışmak nafil bir çaba olacaktır...

Nisan ayında New York'ta düzenlenen "HCE Summit" etkinliğinde, Metamorfoz'u temsilen, TEB ve Visa Europe ile hayata geçirdiğimiz, Türkiye'nin ilk HCE (host card emulation) bazlı NFC çözümünü tanıttıktan sonra, San Francisco'ya geçerek bir hafta Silikon Vadisi'nde (Silicon Valley) bulundum.

"Teknolojinin başkenti" olarak nitelendirilen Silikon Vadisi'nde geçirdiğim süre zarfındaki izlenimlerimi ve gözlemlerimi PSM okurlarıyla paylaşarak, özellikle ödeme sektöründe inovasyonla anılan ülkemizi daha iyiye götürebilecek süreçleri vurgulamak istedim.

Silikon Vadisi, Amerika'nın, Kuzey Kaliforniya bölgesinin güney kısmında yer alan San Francisco Körfezi etrafındaki bölge (Bay Area) için kullanılan bir "nickname" (takma bir isim). 1950'lerden itibaren, bölgede yoğun olarak üretim ve R&D çalışmalarını sürdüren çip üreticileri bölgeye bu ismin verilmesine sebep olmuş. Günümüzde ise hem önde gelen birçok global teknoloji firmasının hem de yeni pek çok start-up'ın merkezi ya da çıkış yeri olması açısından Silikon Vadisi, sürekli referans noktası haline gelmiş durumda. Merkez-

leri Silikon Vadisi'nde bulunan şirketlere Intel, Cisco, Google, HP, Apple, Microsoft, Oracle, Facebook, Twitter, LinkedIn, Uber gibi örnekleri verebiliriz. Silikon Vadisi'nden çıkan teknolojiler, iş modelleri ve ürünler, hem pek çok sektörü hem de hayatımızı derinden etkilemeyi sürdürüyor.

Silikon Vadisi'ni özel yapan ne?

Silikon Vadisi'nin teknolojiyle özdeşleşmesi, inovasyon ve teknolojinin başkenti olarak nitelendirilmesi, Amerika'nın belirli bölge ya da şehirlerini markalaştırmasının bir sonucu. Nasıl ki New York'taki Wall Street borsa ya da medya; Los Angeles sinema, Chicago üretim ve pazarlama sektörü ağırlıklı anılıyorsa Silikon Vadisi de teknolojiyle özdeşleşmiş durumda.

Silikon Vadisi, Türkiye'de devlet desteğiyle ya da üniversite-sanayi işbirliği adına oluşturulan teknopark ya da vergiden muaf teknoloji geliştirme merkezleri gibi kapalı, küçük bir bölge ya da sabit bir alanın aksine; San Francisco şehir merkezini de içine alan oldukça geniş bir bölgeyi kapsıyor.

Bu geniş alan içerisinde, Amerika'daki tüm risk sermayesi yatırımının da üçte birinden fazlasını barındırıyor. Bu özelliğiyle Silikon Vadisi, pek çok start-up'a da ev sahipliği yapıyor. Örneğin, 40 milyar doların aşan değerlendirmeyle günümüzün en değerli firmalarından biri haline gelen Uber'in merkezi de Silikon Vadisi'nde bulunuyor. Hatta Uber uygulamasını açtığımızda çıkan "flash screen"de (geçiş ekranı) de çıkan harita San Francisco haritası...

Yatırımcıların gözdesi

Silikon Vadisi, teknoloji alanında, özellikle start-up'ların ihtiyaç duyduğu ekosistemin tüm parçalarına, aynı bölgede, birbirlerini destekleyecek şekilde kucak açıyor. "Venture capital"ların (VC) gözlerinin Silikon Vadisi'nin üzerinde olmasının da en büyük sebebi, "talent pool"un (yetenek





Silikon Vadisi'nde fikirlerin serbestçe paylaşılıp, özgürce tartışılmasına büyük önem veriliyor.



havuzu) bu alanda yer alması. Özellikle Stanford ve Berkeley üniversitelerinin mezunları ve dünyanın pek çok ülkesinden çok iyi eğitim almış, önyargısız bir şekilde teknolojiye sadık, oldukça yetenekli ve motivasyonu yüksek insan kaynağı

Silikon Vadisi'nin "talent pool"unu oluşturuyor.

Bununla birlikte dünyanın her yerinden gelen insanlarla çok kültürlülük de ayrı bir renk meydana getiriyor. Silikon Vadisi'nin kurucusu olanlar ile sonrasında gelişmesinde önemli katkısı olan firmalar oldukça önemli bir altyapı desteği sağlıyor. Bugün pek çoğu global teknoloji devi haline gelen ve OTT (over the top) olarak adlandırılan Silikon Vadisi firmalarından Apple, Google, Microsoft gibi bir bölümü kendi başlarına birer "devlet" olarak bile nitelendirilebiliyor.

Özellikle yeni girişimleri ve geleceği parlak start-up'ları fonlayan angel investor (melek yatırımcı) ve VC ekosistemi paraya erişim ve doğru organizasyonun oluşturulması, hızlı büyüme açısından oldukça önemli bir eksiği tamamlıyor.

Tüm bu parçaları birleştiren ve kültürün en önemli öğelerinden birini oluşturan "girişimcilik ruhu" da vadiye ilk adım attığınız andan itibaren hissediliyor. Pek çok rol model ve mentore erişim; başarısızlıkların belli bir seviyeye kadar tolere edilebilmesi; flat organizasyon yapıları ve bilgi paylaşımına verilen önem açısından girişimcilik açısından en uygun yer dendiğinde akıllara kuşkusuz Silikon Vadisi geliyor.

Silikon Vadisi Türk şirketlere ilham veriyor ancak yansımalar hep doğru olmuyor...

Silikon Vadisi'ni ziyaret edenlerin ilk izlenimleri, "rahat" yaşam biçimi ve bunun şirketlere ve iş yapış şekline yansması şeklinde ortak bir paydada özetlenebilir. (Ki bu ilk izlenimlerin oluşturduğu stereotype, kıyafetlerin serbestleşmesi ve Silikon Vadisi tipi ofis düzenlemeleri şeklinde Türkiye'deki şirketlere yansıyor.) Öyle ki Silikon Vadisi'nde mühendisler genelde kot, tişört ve

tabii ki kulaklıklarıyla işlerine gidiyor, havanın oldukça sıcak olması nedeniyle parmak arası terlikler sıkça tercih ediliyor ve VC buluşmaları genellikle kahve zincirleri ya da havuz kenarlarında yapılıyor.

New York'un İstanbul'a da yansımış gökdelen ve plaza odaklı iş yapış şeklinin aksine, Silikon Vadisi'nde bambaşka bir ortam söz konusu. Elbette bu rahat ve gevşek tutum büyük resmin sadece küçük bir bölümünü oluşturuyor. Şirketlerin içyüzünde, hummalı ve disiplinli çalışmalar ve agresif deadline'lar işlerin temelini oluşturuyor.

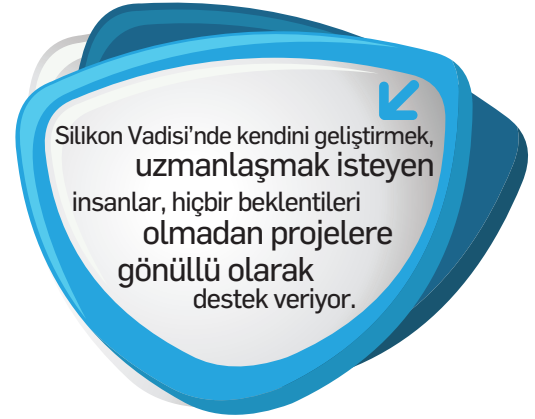
"Hız", Silikon Vadisi'nin iş kültürünün temel odağı. Şirketlerin rekabet avantajı sağlaması ve rakiplerine kıyasla öne geçmeleri açısından hız, çok güçlü bir silah olarak konumlandırılıyor. Özellikle, öngörülemeyen, belirsiz ortamlarda, hız ve odaklanmanın başarının en önemli katalizörleri olduğu felsefesi hakim. Öyle ki başarılı firmaların çoğunda bu durum, duvarlara yazılı sloganlarla, organizasyon kültürünün bir parçası haline getirilmeye çalışılıyor. Bu motto, Facebook'un duvarlarında "Done is better than perfect" (Bitmiş, mükemmelden iyidir) şeklinde ifade edilirken, Google'ın CEO'su Larry Page tarafından "There are no companies that have good slow decisions. There are only good companies that have fast decisions" (İyi ve yavaş kararları olan hiçbir şirket yoktur, hızlı karar veren iyi firmalar vardır) şeklinde belirtiliyor.

Hız bu kadar önemliyken, Silikon Vadisi şirketlerinin kurumsal bürokrasiye ya da süreçleri yavaşlatan herhangi bir unsura toleransları olmadığını da belirtmeye gerek yok sanırım. (Tıpkı Türkiye'deki gibi!)

Hız ve takım oyunu başarının anahtarı

Silikon Vadisi'nde başarılı olmak için hızlı tepki verebilen, risk alabilen bir yapıya ve ürün geliştirmeyi hızlandıran metodlara sahip olmak büyük önem taşıyor. Vadi çalışanlarının sürekli takdir edilmesi için, bu özelliklerin yanında iyi birer takım oyuncusu olmaları da gerekiyor. Başarıyı getiren temel unsurun, insan kaynaklarıyla birlikte, hız ve takım oyunu olduğu belirtiliyor; iyi fikir bunlardan sonra geliyor.

Şirketlerde turnover'ın yüksek olması nedeniyle pek çok proje, küçük gruplarla oldukça gizli bir şekilde de yürütülebiliyor. (Steve Jobs'ın hayatını anlatan ve Ashton Kutcher'in Steve Jobs'ı



Silikon Vadisi'nde kendini geliştirmek, uzmanlaşmak isteyen insanlar, hiçbir beklentileri olmadan projelere gönüllü olarak destek veriyor.

canlandırdığı filmi izleyenler hatırlayacaktır. Filmin açılış sahnesi, Steve Jobs'ın Apple çalışanlarına yönelik yaptığı bir konuşmayla başlar. Bu konuşma sırasında Steve Jobs, cebinden iPod'u çıkararak: "Bu iPod, bu ürünü pek çoğunuz ilk defa görüyorsunuz, çünkü şirket içerisinde birkaç kişiden oluşan, çok küçük bir ekip tarafından, gizli bir şekilde geliştirildi" şeklinde tanır. Bilindiği üzere, iPod, Apple ve teknoloji tarihi açısından da önemli bir kilometre taşı niteliğindedir.)

Teknoloji devleri büyüdükçe, kurumsallaştıkları ve Silikon Vadisi'nde bile olsalar yavaşladıkları için belli bir seviyeye gelen şirketler, "corporate garage" adı verilen programlar yürütüyor. Bu programların bir kısmı, Google'da olduğu gibi çalışanların haftanın belli günlerinde, kendi projelerine zaman harcamaları şeklinde gerçekleşirken; bir kısmı da tamamen ayrı, "co-working space" olarak adlandırılan çalışma lokasyonlarında, gizli proje yürüten takımları tamamen ayırmak şeklinde de olabiliyor.

Fikirlerin paylaşımına verilen değer

Kurumsal şirketlerin yeni projelerine yönelik hassas yaklaşımlarının ve projeleri gizli ilerletmelerinin aksine, start-up'ların bilgi ve fikir paylaşımı sıkça teşvik ediliyor. Silikon Vadisi'nde hakim olan "burada büyük fikirler, kolayca tartışılıp, paylaşılır" algısıyla birlikte, "bir fikir paylaşıldığında, başkası tarafından kolayca ya-



şılabilirse, zaten iyi fikir değildir" anlayışı, fikirlerin özgürce ve serbestçe tartışılmasının önünü açıyor. (Aynı fikrin, çok benzer formatlarda, ortalama bir VC'ye 6 ay içerisinde 3-4 farklı kez geldiği belirtiliyor ve bu noktada yine hızın önemi vurgulanıyor.)

Twitter ve Square gibi önemli şirketlerin kurucusu Jack Dorsey'in bu aralar sosyal medyada da sıkça dolaşan skeçlerinden de göreceğiniz üzere, bir fikrin anlatımını kağıt kalemle akış çizerek yapmak bile yeterli oluyor. Steve Jobs da bu durumu "Ne anlatacağımı bilen insanların powerpoint'e ihtiyacı yoktur" şeklinde gayet güzel özetlemişti.

Maalesef, Türkiye'de pek çok kurumsal firmanın hala standart sunum formatları var ve her ne anlatıyor olursanız olun, bu formatlarda sunum hazırlayarak, üst yönetime sunmadan, onay almayan şirketler ve bölümler azımsanmayacak kadar fazla.

Yine Türkiye'de henüz yeni yeni denenilen ama tam anlamıyla oturmayan, gelişime açık bir diğer alan da belli periyotlarda, belirlenmiş konularda, "meet-up" olarak adlandırılan paylaşım



etkinlikleri ya da toplantılar düzenleyerek, konuyla ilgili uzmanların ve o alana ilgili olan kişilerin buluşmasını sağlamak. Türkiye’de çok büyük bütçeler teklif edilmesine rağmen belli projelerde çalışacak takım arkadaşları bulunamazken, Silikon Vadisi’nde kendini geliştirmek, belli bir alanda uzmanlaşmak isteyen insanlar, hiçbir beklentileri olmadan belirli projelere gönüllü olarak destek veriyor.

Yatırımcılar yatırım kararlarını hangi kriterlere göre veriyor?

Risk almanın da Silikon Vadisi kültürünün kabul görmüş ve desteklenen bir parçası olduğunu belirtmişim. Silikon Vadisi’nde başarısızlık kabul gören bir gerçek; ancak ders alındığı ve bir daha tekrarlanmadığı sürece kabul ediliyor. Önemli olanın denemek olduğu, denemenin başarısız sonuçlansa bile bunun hızlı bir şekilde görülüp rotanın değiştirilmesinin önemi üzerinde duruluyor.

Yatırımcılar tarafından bakacak olursak da fikirden ziyade takıma yatırım yapıldığı açıkça görülüyor. Fikrin başarısız olmasına karşılık, güvenilen takıma, farklı, başarılı çalışmalar hayata geçirme olasılığı karşılığında yatırım yapılıyor. En iyi fikirlerin trendlerin ve teknolojik gelişmelerin disiplinlerarası bir şekilde incelenmesiyle ortaya çıkacağı görüşü hakim.

En iyi start-up’ların temeli de üç modelle kategorileştiriliyor: Başarılı bir örneği taklit edenler (copycat’ler), mevcut bir ürün ya da servisin üzerine katarak geliştirilenler (evolutionary) ve tamamen devrimsel bir ürün/servis ortaya çıkararak (revolutionary).

Yatırımcıların bir fikri değerlendirirken, fikri sunanlardan istedikleri ve beledikleri, kendilerini yatırımcıların yerine koyup o fikre istenen parayı ödeyip ödemeyecekleri oluyor. Bir diğer önemli nokta da kendilerini müşteri yerine koyup, önerilen fikrin günlük hayatın ne kadar parçası olacağı ya da bir problemi gerçek anlamda çözüp çözemeyeceği...

Google Ventures’ın yeni fikirleri değerlendirirken ilk aşamada yaptığı test, pek çok start-up’ın kendini test etmesi bakımından da oldukça önemli bir referans. Google, ilk aşamada sadece şu üç soruyu soruyor:

- Müşterin kim? (Who’s your customer?)
- Şirketin bu müşteri/müşteriler için ne yapıyor? (What does your company do for this customer?)
- Rekabette neden önde olduğunuzu düşünüyorsunuz? (Why are you better than competition?)

Diğer yandan, yatırımcıların bir şirketi ya da fikri ele alırken en önemli kriterleri, ana fikrin temel seviyede, oldukça basit, kullanıcın anlayacağı şekilde oluşturulması ve “pivot” mantığında geliştirilmesi. Baktığımız zaman başarılı start-up’ların tek bir ana odakla başlayıp, yeni süreçleri bu yapının üzerine eklediğini gözlemliyoruz (minimum viable product – MVP süreci).

Türkiye’de ise firmalar, genelde bir ürünün çıkarmadan önce, “ne

kadar fazla fonksiyon olursa o kadar iyidir” düşüncesiyle ürünün geliştirilmesi için oldukça ciddi bütçelerle birlikte önemli insan kaynağı ve zaman harcıyor. Sonrasında da ürün müşteri tarafından kabul görmeyip, benimsenmediğinde, stratejiyi değiştirmek için çok geç kalıyor ve tüm çalışmalar boşa gitmiş oluyor.

Silikon Vadisi örneği kopyalanabilir mi?

Ülkemizdeki pek çok teknoloji firmasının yöneticileri ya da şirketlerini teknoloji firması olarak konumlandırmaya çalışan yöneticiler, Silikon Vadisi’nin “iş yapış şeklini” kendi şirketlerine adapte etmeye çalışıyor. Silikon Vadisi’nin örnek alınabilecek, geleneksel iş yapış biçimlerine ve şirketlere uygulanabilecek ve uygulanması gereken pek çok özelliği olmakla birlikte, ne yazık ki birebir taşınamayan ve taşınamayacağı da pek anlaşılmayan önemli özellikleri bulunuyor. Öncelikle bunların tam olarak anlaşılması, modeli doğru kurgulamak ve yapılan yatırımın karşılığını almak adına dikkat edilmesi gereken bir başlangıç noktasını oluşturuyor.

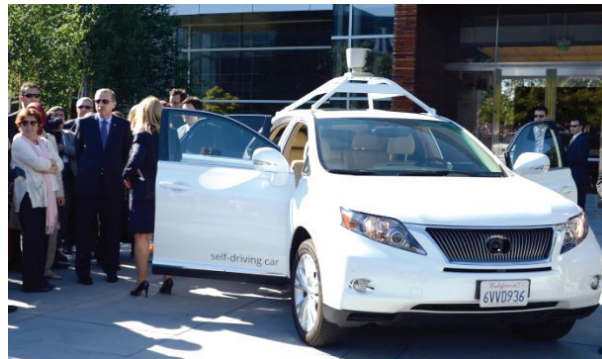
Her şeyden önce Silikon Vadisi, bir coğrafi bölge ya da yerleşim yerinden ziyade bambaşka bir kültür ve zihniyeti ifade ediyor. Silikon Vadisi’nde bir işin ya da fikrin ele alınışı, tartışılması, işe yaklaşım ve iş yapış şekli çok farklı bir seviyede. Bu farklılığa adapte olabilmek için Silikon Vadisi’nin kültürünü anlamak gerekiyor.

Belli bir tarihsel süreç ve uzun mücadelelerden sonra Silikon Vadisi’nin temelleri atılmış ve bugün Silikon Vadisi bir “yaşam biçimi” halini almış durumda. Silikon Vadisi’ni taklit edilmesi zor yapan temel unsurlar, o kültürün temelinde yer alan fikirler ve ideallerle birlikte sahip olunan insan kaynağı ve sermayenin teknolojiyi üretecek olan insan kaynağına yakınlığı ve bu kaynaklara her türlü desteğin sağlanması.

Bunların iyi anlaşılması ve bu sürecin tarihinin iyi incelenmesi gerekir ki

Türkiye’deki şirketler, “Silikon Vadisi şirketi olacağım” diye çıktıkları yolda fazla şoka uğramadan devam edebilsin.

Bir sonraki yazımda “Silikon Vadisi’nin top trendleri” ile “Vadide ödeme teknolojileri”ne bakış paylaşıcağım.



Faturanızı Paraşüt ile gönderebilirsiniz!

Uluslararası girişim sermayesi fonlarından yatırım alan Paraşüt'ün e-fatura çözümü, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeleri önemli bir yükten kurtarıyor. E-fatura sayesinde sizin şirketiniz de Betek Boya gibi yılda 350 bin TL tasarruf edebilir...

Sürekli yazıyoruz ya PSM'de, temassız kart, nakitsiz ekonomi, kasasız alışveriş diye... Mobil, B2B, dijital ödeme sistemlerini anlatıyoruz. Buraya kadar tamam, iyiyiz, çabuk kabulleniyor, birçok ülke tarafından model alınan ürünler, çözümler üretiyoruz. Peki ya sonrası? Anında, kolaylıkla ve güvenli bir şekilde yerinde ya da sanal ödeme yapabiliyoruz ama fatura için hala örneğin kasaya gitmemiz gerekiyor...

Evet, elektronik faturadan bahsediyoruz. Türkiye'nin e-dönüşüm yolculuğunun önemli bir ayağını oluşturan e-faturada aslında o kadar da kötü bir noktada değiliz. Ancak yılda 2 milyar adet faturanın kesildiği Türkiye'de kağıtsız ofis vizyonunun gerçekleşmesi, dahası orta ölçekli bir şirket için yılda 350 bin TL'nin üzerinde tasarruf edilmesi mümkün. Üstelik yerli teknoloji şirketleri e-faturaya geçişi oldukça kolay ve çok düşük maliyetlerle sunarken...

Türkiye e-faturayla, 2008'de uygulamaya giren Elektronik Fatura Kayıt Sistemi (EFKS) sayesinde tanıştı. O tarihten itibaren GSM operatörleri cep telefonu faturalarını e-posta adreslerimize gön-

dermeye başladı. Bugünse zorunluluk kapsamındaki 19 bin şirket, yılda 10 milyon TL değerinde e-fatura kesiyor. Önümüzdeki yıl zorunluluk kapsamı 100 bine, 2023'e kadar da 1 milyon şirkete çıkıyor.

Diğer yandan, yılda 2 milyar adet faturanın kesildiği Türkiye'de e-faturaya geçmek için zorunluluk kapsamına girmeyi beklemeyen şirketler de var. Çünkü e-fatura, orta ölçekli bir şirkete yılda 350 bin TL'nin üzerinde maliyet avantajı getiriyor. Kağıt tüketimini azaltarak kurumsal çevre sorumluluğunu yerine getirmek de cabası.

Nalburların başarı hikayesi

Filli Boya markasıyla tanınan Betek Boya Kimya ve Sanayi, 50'nin üzerinde bayiyle birlikte bir süredir e-fatura sistemini uyguluyor. Söz konusu boya olunca bayi dediğimiz bu birimler de bildiğimiz nalburlar oluyor elbette. İşte bu nalburlarımız, bir süredir e-faturayla ilgili kurumsal etkinliklerde çıkıp başarı öykülerini anlatıyorlar.

Yılda ortalama 200 binin üzerinde faturanın kesildiği Betek Boya'nın faturalama sürecinde tam zamanlı görev yapan çalışan sayısı sadece 2... Kağıt, kartuş, postalama, arşivleme gibi maliyet kalemleri üst üste konduğunda daha önce 1 sayfalık bir kağıt faturanın şirkete maliyeti 1 TL 77 kuruşmuş. Yılda 120 bin kağıt faturayı e-faturaya dönüştüren şirket, bu yolla 350 bin TL'nin üzerinde maliyet avantajı sağlamış.

Kullanıcı adı ve şifre yeterli

Peki e-faturaya nasıl geçiliyor? Gelir İdaresi Başkanlığı'nın (GİB) bilgi işlem altyapısı yeterli olmayan mükelleflerin elektronik fatura uygulamasından faydalanabilmesi için bir e-fatura portalı bulunuyor. Bilgi işlem altyapısı yeterli mükelleflerse belirlenen standartlara uygun entegrasyonu sağlamaları koşuluyla doğrudan kendi sistemleri aracılığıyla elektronik fatura uygulamasından faydalanabiliyor.

Bir diğer yöntemse özel entegratör kullanmak. Yani GİB'in elekt-



ronik fatura uygulamasını aracı bir şirket üzerinden kısa zaman ve düşük yatırım maliyetiyle entegre etmek. Şimdilerdeyse teknik entegrasyon ve kurulum gerektirmeden, online başvuru yaparak çok kısa bir süre içerisinde e-fatura kullanmaya başlamak mümkün. Yaş ortalaması 30 olan 17 kişilik bir ekiple KOBİ'lere uygun, pratik çözümler geliştiren Paraşüt de e-fatura hizmeti vermeye başladı.

Paraşüt'ten e-fatura hizmeti almak için ilave herhangi bir teknik entegrasyon çalışmasına gerek yok. Kullanıcı adı ve şifresiyle hemen kullanmaya başlanabilen bir sistem geliştiren Paraşüt, kolay ara yüzü ve ekonomik fiyatlarla kağıt faturayı şirketlerin hayatından çıkarma iddiasında.

Silikon Vadisi'nden yatırım

Paraşüt, küçük ve orta ölçekli işletme sahiplerinin finansal operasyonlarını daha verimli yönetebilmesini desteklemek hedefiyle 2013 yılından bu yana web tabanlı fatura ve finansal yönetim hizmeti veriyor. Paraşüt'ün işletme sahipleri için bir nevi finansal kontrol paneli niteliği taşıyan uygulamasında fatura ve cari hesap yönetimi, kredi kartıyla online tahsilat gibi temel finansal hizmet ve bilgiler gerçek zamanlı ve kolay anlaşılır şekilde sunuluyor. Sistem o kadar başarılı ki şimdiden iki girişim sermayesi fonundan yatırım almış. 50 milyon dolar büyüklüğündeki Hollanda merkezli Revo Capital ve finansal hizmetler alanında uzmanlaşmış, 435 milyon dolarlık Silikon Vadisi merkezli girişim sermayesi fonu Ribbit Capital'in Paraşüt'te yatırımları bulunuyor. Türkiye'nin ilk bulut tabanlı fatura ve finansal yönetim uygulaması Paraşüt, mayıs ayında yeni ofisinde düzenlediği basın toplantısıyla duyurduğu e-fatura hizmetini, FIT Solutions ortaklığıyla



veriyor. 1999'dan bu yana Türkiye pazarında olan FIT Solutions, e-dönüşümün öncülüğünü üstlenen üç şirketten biri. Aynı girişim sermayesinden yatırım alan bu iki "kuzen" şirketin geliştirdikleri kullanıcı dostu sistem, özellikle küçük şirketler için e-faturayı çok kolay bir hale getiriyor.

Ücretsiz e-fatura hizmeti

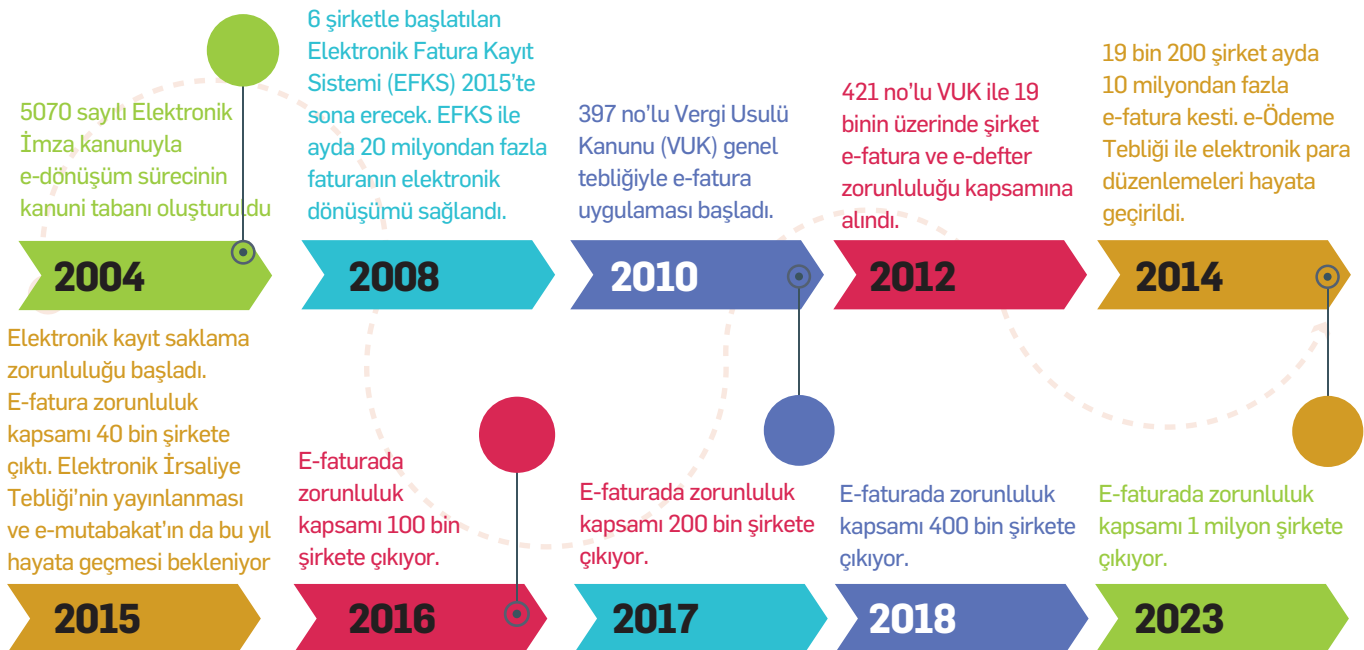
İşletmeler, herhangi bir teknik entegrasyon ve kurulum çalışmasına gerek olmadan Paraşüt'le e-fatura gönderip alabilecek. Fatura yazdırma, kuryeyle gönderme ve takip sürecini ortadan kaldırarak operasyonel verimliliğini artıran işletmeler, aynı zamanda maliyet avantajı da sağlayacak.

Paraşüt'ün e-fatura kullanımını yaygınlaştırmak için bir de kampanyası var. Kampanya kapsamında Paraşüt uygulamasına üye olan ilk bin e-fatura kullanıcısı, e-fatura hizmetinden 2015 boyunca ücretsiz faydalanabilecek. Paraşüt'ün kullanıcı dostu arayüzüyle kolayca e-fatura gönderip almak için uygulamaya üye olmak yeterli.

Paraşüt, küçük ölçekli işletmelerin işlerini büyütürken ya da yeni bir girişime başlarken ihtiyaç duyduğu konularda her ay iş uzmanları tarafından verilen ücretsiz eğitimler de düzenliyor. Bu eğitimlere Paraşüt üyesi olsun ya da olmasın dileyen herkes katılabiliyor. Web sitesi üzerinde işletmelerin bilgi ve deneyimlerini paylaştığı bir de blog bulunuyor. Girişimciler, bu blog ile e-fatura hakkında bilinmesi gerekenler; bir personelin işletmeye olan maliyetinin hesaplanması, dövizli fatura hazırlarken dikkat edilmesi gerekenler; Ar-Ge, TÜBİTAK ve KOSGEB teşvikleri gibi konularda bilgi ve deneyimlerini paylaşıyor. Paraşüt tüm bu hizmetleri ayda 10 TL'den başlayan cazip paketlerle sunuyor.



2004'TEN 2023'E E-FATURA YOLCULUĞU



Yeni e-ticaret yasası tüketicilere ve şirketlere neler getirecek?



Murat Erdör
Emarsys Türkiye Ülke Müdürü



İnternet üzerinden yapılan tüm elektronik işlemleri ve ticareti düzenleyerek belli kurallara bağlayan 6563 no'lu "Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun" 1 Mayıs 2015 tarihinden itibaren yürürlüğe girdi. Yeni yasa, bilgi verme yükümlülüğü, sipariş ve ödeme süreçleri, ticari iletişim, kişisel verilerin korunması ve cezai hükümler gibi alanlarda önemli değişiklikleri beraberinde getiriyor. En büyük farklılık ise haksız rekabetin ortadan kaldırılması olacak gibi görünüyor. Tüketici odaklılık artık bir zorunluluk haline gelecek; bu da başta e-ticaret başta olmak üzere tüm sektörlerin geleceğe doğru daha emin adımlar atmasını ve sağlıklı büyümesini sağlayacak. Yeni yasa, hem daha fazla kullanıcının internetten alışveriş yapmasını sağlayacak hem de online alışveriş hacminin artmasına destek olacak.

TÜKETİCİ AÇISINDAN NELER DEĞİŞİYOR?

1. İzinsiz iletişim dönemi sona erecek

Yeni kanunla birlikte internetten alışveriş anlamında en çok şikayet edilen konuların başında gelen istenmeyen e-posta, SMS gibi uygulamalar sona eriyor. Kanunun yürürlüğe girmesiyle birlikte herhangi bir elektronik ileti

gönderilmeden önce izin alma şartı getirildi. Artık yazılı ya da elektronik olarak alınmış herhangi bir onay olmadan şirketler tüketiciye ileti gönderemeyecek.

2. Kişisel bilgiler yasayla korunacak

Yeni kanun bilgi verme yükümlülüğü, sipariş ve ödeme sayfaları, ticari iletişim, kişisel verilerin korunması ve cezai hükümler alanında önemli değişiklikleri beraberinde getiriyor.

3. Bilgiler net ve eksiksiz sunulacak

Tüketiciyle yapılan ticari sözleşme öncesinde, hizmet sağlayıcısının tüm bilgilerini eksiksiz ve net bir şekilde sunması zorunluluğu getirildi. Artık sipariş onayından önce ödenecek toplam bedelle birlikte sözleşme şartları müşteriye gösterilecek. Hediye ve promosyonlarla ilgili tüm şartlar net bir şekilde sunulacak. Hizmet sağlayıcı, kampanyalarında, bültenlerinde, yarışmalarında tüketicileri her adımda ve değişiklikte bilgilendirecek.

4. Tüketici ileti almaktan vazgeçebilecek

Tüketici isterse, kararından vazgeçerek ileti almak istemediğini ilgili şirkete söyleyebilecek.





6563 no'lu “Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun”; bilgi verme yükümlülüğü, sipariş ve ödeme süreçleri, ticari iletişim, kişisel verilerin korunması ve cezai hükümler gibi alanlarda önemli değişiklikleri beraberinde getiriyor.

Vazgeçme kararının sunulmasıyla birlikte, şirket tüketiciye iletildiği bilgilerin gönderimini durduracak.

ŞİRKETLER AÇISINDAN NELER DEĞİŞİYOR?

1. Haksız rekabet ortadan kalkacak

Yeni kanun ve yönetmeliğin e-ticaret alanına getireceği en büyük farklılık, haksız rekabetin ortadan kaldırılması olacaktır.

2. Tüketici odaklılık zorunlu olacal

Tüketici odaklılık artık bir zorunluluk haline gelecek. Tüm kurumlar, tüketicilerinin gizliliğine önem verecek ve onların haklarına saygı duyan bir pozisyona geçecek.

3. Tüketici odaklı dijital pazarlama yoğunlaşacak

Doğrudan pazarlama kanalları, tek taraflı duyuru ve kampanya

bildirimi olmaktan çıkıp hedef kitle ile marka arasında etkileşimi artıran, bağlılık yaratan, interaktif bir yapıya dönüşecek. Bu yolda kişisel tavsiye sistemleri ve müşteri zekası gibi yeni teknolojiler ön plana çıkacak.

4. E-ticarette güven artacak

Özellikle Türkiye’de çok sık rastlanan e-ticarete güven konusunda önemli adımlar atılacak. Artık yasal düzenlemelerle tüketicilerin tüm hakları koruma altına alınacak ve hem tüketicilerin kurumlarına hem de kurumların diğer kurumlara bakış açısı değişecek.

5. Online alışverişin hacmi artacak

Yeni kanun, getireceği tüketici odaklı yaklaşım, güven ortamı ve şeffaflık sayesinde daha fazla kullanıcının internetten alışveriş yapmasını sağlayacağı gibi online alışverişin hacminin de artmasına destek olacak.

BÜYÜK VERİ (BIG DATA) HAKKINDA DOĞRU BİLİNER 5 YANLIŞ

Pazarlama ve satış departmanları büyük veriyi doğru tanıyıp kullanabiliyor mu? İşte “büyük veri”nin kullanımına dair doğru bilinen 5 temel yanlış:

“Büyük veriyi sadece veri mühendisleri işleyebilir”

Büyük veri, yapısı gereği teknolojik altyapı ve bilişim bilgisi gerektirdiğinden ilk aşamada elde edilen verinin toplanması, depolanması, analiz edilmesi ve işlenmesi gibi adımlarda veri mühendisleri ya da yazılımcılar rol alacaktır. Bu kaçınılmaz. Ancak elde edilen bu ham verinin gerekli şekilde işlenebilmesi için şirketlerin DNA’sını bilen iyi pazarlamacılara, stratejistlere ve danışmanlara ihtiyaç olduğu unutulmamalı.

“Düzensiz ve gereksiz verileri çöpe atalım”

Pazarlama uzmanlarının yıllar içerisinde farklı kanal ve yollarla topladıkları veriler, ilk bakışta dağınık, düzensiz ve anlamsız gibi gözükabilir. Birçok kurum, dağınık olan bu verilerin tamamını çöpe atıyor ve işe silbaştan başlıyor. Oysa buradaki en önemli nokta, tüm bu yığın içerisinde kullanılabilir ve verimli hale getirilebilecek verileri bulmaktır.

“Büyük veriyi sadece IT toplar, pazarlama departmanları kullanır”

Segmente edilmiş verileri sadece pazarlamanın kullanacağını düşünmek doğru değildir. Büyük veri, pazarlamacılara olduğu kadar satış ekiplerine de gerçek zamanlı olarak, hangi

müşterinin, hangi ürünü kullandığına dair bilgiler sunabilir.

“Büyük veriyi kullanmak için pazarlamanın 4P’si bana yeter”

Bu yeni kavramı ve oluşumu klasik pazarlama yöntemleriyle yönetmek doğru mu? Bu pek mümkün gözüküyor. İşin duayenleri, bir adım öteye geçerek 4P’nin karşısına çoktan 4V’yi çıkardı bile: Volume (hacim), Velocity (hız), Variety (çeşitlilik), Veracity (gerçeklik).

“Kendi verimi kendim toplarım, başkasına ihtiyacım yok”

Birçok kurum ve pazarlama departmanı sadece kendi topladığı veriyiyle kısıtlı kalabiliyor. Ancak verimliliği ve kârlılığı artırmak adına elinde veri olan ve uygun olabileceğini düşündüğünüz kurumlarla anlaşmalar yapılması, farklı çözümler üretilmesine de kapı açabilir. Dikkat edilmesi gereken nokta, yeni alınacak ve kullanılacak verinin, hizmet alanına ve ulaşılmak istenen hedefe uygun olması.



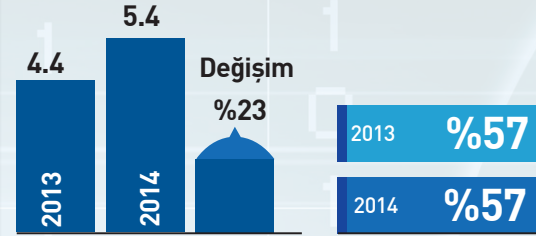
Kredi kartlarıyla 5.4 milyar TL tasarruf ettik

TABLO 1

BES katkılarının yüzde 57'si kredi kartlarıyla ödendi

Emeklilik Gözetim Merkezi tarafından açıklanan 2014 yılı Bireysel Emeklilik Sistemi (BES) Gelişim Raporu'na göre, yıl boyunca yapılan katkı payı ödemelerinin yüzde 57'si kredi kartlarıyla gerçekleştirildi. Geçen yıl, kredi kartlarıyla ödenen katkı payı tutarı 5.4 milyar TL olurken, bu rakam 2013 yılına kıyasla yüzde 23 artış gösterdi. Bireysel emeklilik uygulaması, 2013 yılında yürürlüğe giren yüzde 25 devlet katkısı sayesinde daha geniş bir kitle tarafından tercih edilmiş ve uygulamanın fon büyüklüğü dönemler itibarıyla artış kaydetmişti.

Kredi kartlarıyla ödenen bireysel emeklilik katkı payı

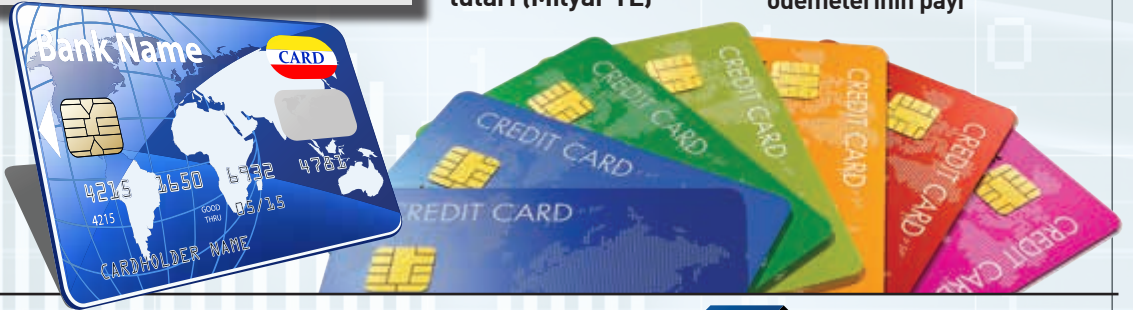


Kredi kartlarıyla ödenen katkı payı tutarı (Milyar TL)

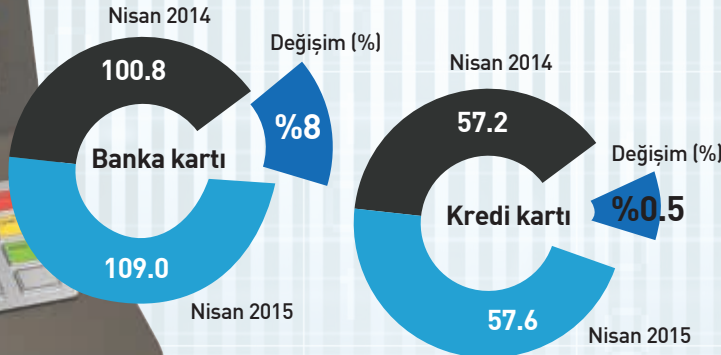
Toplam katkı payı
içinde kredi kartı
ödemelerinin payı

2013 %57

2014 %57



Kart sayısı (Milyon adet)



TABLO 2

Banka kartı sayısı yüzde 8 arttı

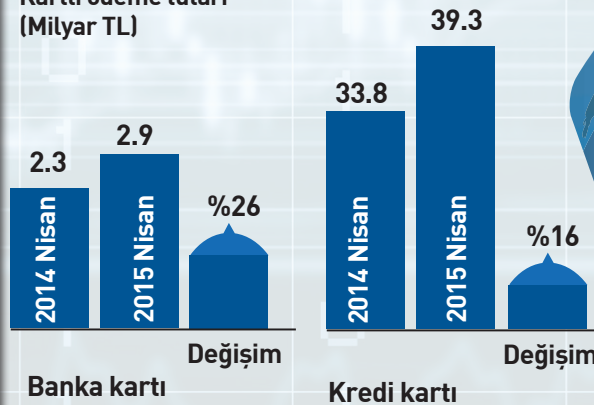
Bankalararası Kart Merkezi (BKM), 2015 yılı nisan ayına ait kartlı ödeme sistemleri verilerini açıkladı. Buna göre nisan ayı sonunda Türkiye'de 109 milyon banka kartı ve 57.6 milyon kredi kartı bulunuyor. Banka kartı sayısındaki artış 2014 yılı nisan ayıyla kıyaslandığında yüzde 8 seviyesinde oluştu. Kredi kartı sayısında ise sadece yüzde 0.5 artış gerçekleşti.

TABLO 3

Kredi kartlarıyla ödemeler yüzde 16 büyüdü

Kartlarla yapılan ödemelerde kontrollü büyüme sürüyor. Geçen yılın nisan ayına göre kredi kartlarıyla yapılan ödeme tutarı yüzde 16 artarken banka kartlarıyla ödemelerde büyüme oranı yüzde 26 oldu. Nisan ayında kredi kartlarıyla 39.3 milyar, banka kartlarıyla da 2.9 milyar TL tutarında ödeme yapıldı.

Kartlı ödeme tutarı (Milyar TL)



TABLO 4

Her 4 kartlı ödemeden 1'inde banka kartı kullanılıyor

Yakın zamana kadar büyük bir kesim tarafından sadece ATM'deki paralarını ve maaşlarını çekme amacıyla kullanılan banka kartlarındaki hızlı dönüşüm dikkat çekiyor. Bu dönüşümü anlamak için çok da geçmişe gitmeye gerek yok; 2010 yılında banka kartlarının toplam kartlı ödeme adedindeki payı sadece yüzde 10 seviyesindeydi. Her yıl kademeli olarak artan bu oran Nisan 2015'te yüzde 23'e kadar tırmandı. Bu değer geçen yılın nisan ayında yüzde 21 seviyesindeydi. Hesabınızdaki parayı, ATM'den para çekmenize gerek kalmadan kullanmanızı sağlayan banka kartlarının alışverişte kullanımının önümüzdeki dönemde de yaygınlaşması bekleniyor.

Banka kartlarının kartlı ödeme adedindeki payı

2014 Nisan %21

2015 Nisan %23

Banka kartlarının kartlı ödeme adedindeki payı

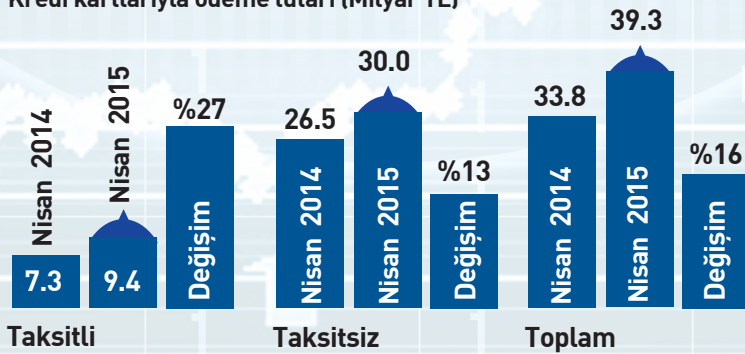


TABLO 5

Taksitli ödemelerdeki artış trendi sürüyor

Geçen yıl vade sınırlamaları ve bazı sektörlerle getirilen yasaklarla gerileyen taksitli ödemelerin tutarı artışını sürdürüyor. 2014 yılının nisan ayında kredi kartlarıyla 7.3 milyar TL tutarında taksitli ödeme yapılmıştı. Bu yılın aynı ayında bu tutar yüzde 27 artışla 9.4 milyar TL'ye yükseldi. Taksitli ödemelerin kredi kartı ödemelerindeki payı da 2 puanlık artışla yüzde 24'e ulaştı.

Kredi kartlarıyla ödeme tutarı (Milyar TL)



Taksitli ödemelerin kredi kartıyla ödemelerdeki payı

Nisan 2014 %22

Nisan 2015 %24



Çipli kartlar çığ gibi artıyor



Dünya çapında dolaşımdaki çipli kartların sayısı, 2014 yılında 1 milyarın üzerinde artarak 2.37 milyar adede ulaştı...

Çipli kartların dünya çapındaki organizatör kuruluşu EMVCo tarafından açıklanan 2014 yıl sonu verileri, global ölçekte EMV sistemine geçişte önemli ilerlemeler kaydedildiğine işaret ediyor. Dolaşımdaki çipli kartların sayısı geçen yılın sonunda, 2013'teki 2.37 milyar adedin 1 milyar üzerine çıkarak 3.4 milyara ulaştı.

American Express, Discover, JCB, MasterCard, UnionPay ve Visa'dan oluşan EMVCo üyelerinden elde edilen en son istatistiklere göre, 2014 sonunda çipli kart kabullenme oran-

ları dünya çapında arttı. Yine EMVCo'nun bildirdiğine göre, temassız da dahil olmak üzere ödeme esnasında kartın hazır bulunduğu 2014'te yapılan ödeme işlemlerinin yüzde 32'sinde EMV çip teknolojisi kullanıldı.

Ödeme esnasında kartın hazır bulunduğu işlemlerin yüzde 97'sinin çipli kartlarla yapıldığı Avrupa 1. Bölge, en yüksek yüzdeye sahip. Afrika ve Orta Asya'da bu oran yüzde 80 olarak gerçekleşirken Kanada, Karayipler ve Latin Amerika'da ödeme esnasında kartın hazır bulunduğu işlemlerin yüzde 85'i çipli kartlarla yapıldı.

ÇİPLİ KARTLARIN DÜNYA ÇAPINDAKİ YAYILMASI

- ➔ Avrupa 1. Bölgede 2013'te yüzde 81.6 olan çipli teknolojiye geçiş oranı, 2014'te yüzde 83.5'e yükseldi.
- ➔ Kanada, Karayipler ve Latin Amerika'da çipli karta geçiş oranı 2013'te yüzde 54.2'ye ken 2014'te yüzde 59.5'e yükseldi.
- ➔ Afrika ve Orta Asya'da çipli karta geçiş oranı 2014'te yüzde 50.5 olarak gerçekleşti. 2013'te bu oran yüzde 38.9'du.
- ➔ Avrupa 2. Bölgede 2013'te yüzde 24.4 olan çipli karta geçiş oranı 2014'te yüzde 40.4 olarak gerçekleşti.
- ➔ Asya Pasifik bölgesinde bu oran 2013'te yüzde 17.4'ken 2014'te yüzde 25.4'e yükseldi.
- ➔ ABD'de ise çipli karta geçiş oranı yüzde 7.3 oranında arttı.

BÖLGELERE GÖRE EMV'YE GEÇİŞ VE KULLANMA ORANLARI

Bölge	2013		2014	
	Kart sayısı	Toplam kartlara oranı (%)	Kart sayısı	Toplam kartlara oranı (%)
Kanada, Karayipler ve Latin Amerika	471 milyon	54.2	544 milyon	59.5
Asya Pasifik	942 milyon	17.4	1.676 milyon	25.4
Afrika ve Orta Doğu	77 milyon	38.9	116 milyon	50.5
Avrupa 1. Bölge	794 milyon	81.6	833 milyon	83.5
Avrupa 2. Bölge	84 milyon	24.4	153 milyon	40.4
ABD	-	-	101 milyon	7.3

Avrupa 1. Bölge: Andorra, Almanya, Avusturya, Belçika, Bulgaristan, Cebelitarık, Grönland, Güney Kıbrıs, Letonya, Lihtenştayn, Litvanya, Danimarka, Estonya, Finlandiya, Fransa, Hollanda, İtalya, İrlanda, İsrail, İspanya, İzlanda, Lüksemburg, Macaristan, Malta, Norveç, Polonya, Portekiz, Romanya, Slovakya, Slovenya, Birleşik Krallık, Çek Cumhuriyeti, İsveç, İsviçre, Türkiye, Yeni Kaledonya, Yunanistan.

Avrupa 2. Bölge: Arnavutluk, Ermenistan, Azerbaycan, Beyaz Rusya, Bosna Hersek, Hırvatistan, Gürcistan, Kazakistan, Kırgızistan, Makedonya, Sırbistan ve Karadağ, Tacikistan, Türkmenistan, Rusya, Ukrayna, Özbekistan.

“Çip teknolojisi sağlıklı büyüyor”

EMV çip teknolojisi Avrupa 2. Bölge ve Asya’da da zemin kazanmaya devam etti. Avrupa 2. Bölge’de çipli kartlar kartın ödeme anında hazır bulunduğu işlemlerin yüzde 58’ini oluşturdu. Bu oran, Asya’da yüzde 27 seviyesinde. Ödeme altyapısında EMV çipli teknolojiye geçiş sürecindeki ABD’de ise henüz işlemlerin sadece yüzde 0.12’si çipli kartlarla yapılıyor. 2014’te ilaveten üretilen 1 milyar çipli kart ve kümülatif işlem

hacimlerinin tüm bölgelerde artmasıyla EMV çip teknolojisinin yaygınlaşmasının sağlıklı bir tempoda ilerlediğini vurgulayan EMVCo Yönetim Kurulu Başkanı Tac Watanabe, “EMVCo tarafından geliştirilen EMV spesifikasyonları, çipli ödemelerin global düzeyde sağlıklı olarak işlenmesini mümkün kılıyor. Dolayısıyla geçiş sürecindeki büyüme uluslararası ödeme sektörünün daha güvenli gelişmesi için bir temel sağlıyor. Nihai hedefimize yaklaştığımızı görmek mutluluk verici” diyor.



APPLE PAY İÇİN SIRADA ÇİN Mİ VAR?

Apple CEO’su Tim Cook, Çin seyahati sırasında Xinhua haber ajansına “Apple Pay’in Çin’de olmasını çok istiyoruz” açıklamasını yaptı. Bu da mobil ödeme hizmeti Apple Pay’in bir sonraki durağıyla ilgili spekülasyonları güçlendirdi. Mobile World Live’in haberine göre Apple, Apple Pay’in Çin lansmanı için yerel bankalar ve e-ticaret devi Alibaba ile görüşüyor. Cook, geçen ekim ayında ABD’deki Apple Pay lansmanında bunun önemli bir başlangıç olduğunu, ancak Çin’de çok



daha hızlı büyüebileceğine inandığını söylemişti. Cook, “Çin pazarındaki Apple Pay’e çok inanıyorum” demişti. Ancak hizmetin Çin pazarına ne zaman gireceğine dair hiçbir ipucu vermemişti. Hatta bugüne dek şirketin Apple Pay’in ABD dışındaki pazarlardaki lansmanıya ilgili açıklanmış hiçbir takvim bulunmuyor. Tüm bunlar Apple Pay’in ABD’den sonra ilk hangi pazara gireceğiyle ilgili spekülasyonları artırıyor. Çin, ihtimaller listesinde başı çekerken Avustralya, Kanada ve Birleşik Krallık ise listedeki diğer ülkeler arasında yer alıyor.

ABD’Lİ İÇKİ DAĞITICILARINDAN E-TİCARET HAMLESİ



ABD’nin en büyük likör dağıtım şirketlerini temsil eden ticaret derneği The Wine & Spirits Wholesalers of America, Drizly Inc’in azınlık hisselerini satın aldı. Bu yatırım, gerçek zamanlı likör tüccarlarını 2012’den bu yana akıllı telefon kullanan tüketicilere içki dağıtan bir teknoloji şirketine dönüştürecek. Böylece alkol sektöründeki e-ticaretin hızla büyüyeceği öngörülüyor. 72 yıllık mesleki kuruluşun Boston merkezli teknoloji şirketine ne kadarlık yatırım yaptığı henüz bilinmese de Wall Street Journal’a göre derneğin Drizly’nin beş kişilik yönetim kurulunda bir sandalye edinmesine yetecek kadar bir yatırımdan söz edilebilir. Drizly yaptığı açıklamayla reklam yapılan 12 şehri 18’e çıkarmak ve ülke çapında 30 şehre hizmet ulaştırmak suretiyle görünürliğini artırmak istediğini belirtti. Şirket ayrıca bu yılın sonunda 100 milyon dolarlık satış rakamına ulaşmayı hedefliyor.

Drizly’nin akıllı telefon uygulaması tüketicilerin alkol satan ve evlere servis yapan perakendecilerle bağlantısını kurarken gelirini perakendecilerden aldığı aylık ödemelerden sağlıyor. Diğer yandan, ufukta potansiyel olarak Drizly’nin karşısında Amazon’un doğrudan rekabeti bulunuyor. Çünkü e-ticaret devi, Seattle bölgesinde verdiği bakkaliye servisine şarap ve birayı da eklemeyi planlıyor. Amazon’un gerekli izinler için bölgede üç başvurusu bulunuyor.

Fakirlikten dijitalleşmeyle kurtulacaklar



Malawi'de hükümet, özel sektör, mobil operatörler ve kalkınma kuruluşları, dijital ödemeler aracılığıyla kalkınma için bir araya geldi...

Malawi, geçen ay fakirlikle mücadele ve daha kapsamlı büyüme için dijital bir ödeme ekosistemi yaratma yolunda önemli bir adım attı. Malawi hükümeti, Birleşmiş Milletler Sermaye Kalkınma Fonu'nun (UNCDF) "Better Than Cash Alliance" ve "Mobile Money for the Poor" (MM4P) girişimleri ile dijital ödemeler alanındaki oyuncuları bir araya getirerek Malawi'de dijital finansın gelişmesini hızlandırmak için ortaklaşa bir etkinlik düzenledi. Toplantıda aynı zamanda, ülkenin ekosistem yaklaşımıyla neredeyse tamamen nakit odaklı ekonomiden dijital ödemelerin yaygınlaştırıldığı bir sisteme geçmeye hazır olup olmadığına ilişkin hazırlanan kapsamlı bir analizin sonuçları paylaşıldı.

Malawi Finans, Ekonomik Planlama ve Kalkınma Bakanı Goodall Gondwe, dijital ödemelere geçişin hükümetin "Malawi Büyüme ve Kalkınma Stratejisi" kapsamındaki sosyal ve ekonomik hedefleri yerine getirme konusundaki kararlılığının bir parçası olduğunu açıkladı. Gondwe, "Dijital ödemelerin yaygınlaştırıldığı bir ekonomi yaratmanın bu süreçteki en doğru yol olduğuna inanıyor ve doğru ekonomik ve mali politikaları temel alarak bunu gerçekleştiriyoruz" dedi.

4 potansiyel fırsat belirlendi

Malawi Finans Bakanlığı, Malawi Rezerv Bankası ve Better Than Cash Alliance ortaklığında "Malawi'nin Nakitten Ayrılma Geçişindeki Fırsatlar" başlıklı rapor, Malawi'nin dijital ödemeler açısından mevcut durumunu detaylandırırken ilerlemede izlenecek yol için önemli bir temel oluşturuyor. Araştırmada Malawi için dört potansiyel fırsat belirlendi. Bunlar arasında

hükümetin bankaların desteğiyle merkezi ödeme sisteminin dijitalleştirilmesini iyileştirmesi ve perakendecilerin satış noktasında mobil para ve banka kartı aracılığıyla dijital ödemeye geçişinin hızlandırılması yer alıyor. Programın yöneticisi ve danışmanı Tillman Bruett, "Malawi, vatandaşlarının ihtiyaçlarına yanıt verecek güçlü bir dijital ekosistem kurma yolunda ilerliyor. Bu yılın başı itibarıyla dijital finansal hizmetleri kullanan aktif yetişkin nüfus oranını yüzde 3.5 olarak tespit ettik. Bu oranın 2019 yılına kadar yüzde 15'e çıkmasını bekliyoruz" açıklamasında bulundu.

UNCDF program dahilinde, toplumun ve özel sektör kuruluşlarının nakitten dijital ödemelere geçişinde araştırmada öne çıkan ödeme yöntemlerini hayata geçirebilmesi için teknik ve finansal danışmanlık sağlamayı planlıyor.



BANKA HESABI SAHİPLİĞİ % 14, MOBİL TELEFON PENETRASYONU % 30

Nakit yapılan ödemeler hükümetler, şirketler ve uluslararası kuruluşlar için maliyetli ve verimsiz olabilir. Diğer yandan, nakit akışını takip etmek zor ve nakit kullanımı hırsızlık ve para kaybı risklerini artırıyor. Malawi gibi gelişmişlik düzeyinin en altındaki ülkelerde fakirlik sınırında yaşayanların sadece nakit kullanması, finansal hizmetlerin maliyetini artırdığı için daha geniş finansal katılımın önündeki en büyük engel olarak görülüyor.

UNCDF'e göre Malawi gibi ülkelerde bir banka hesabına ulaşma penetrasyonu yüzde 14'ken mobil telefon kullanma oranı yüzde 30'ları buluyor. Dolayısıyla mobil ödemeler, dijitalleşmeyi hızlandırmada en sık başvurulan yöntem olarak öne çıkıyor. Malawi'nin yaklaşımının ödeme maliyetleri azaltmak, şeffaflığı ve vatandaşların finansal hizmetlere erişimini artırmak isteyen benzer konumdaki ülkeler için de bir örnek oluşturması bekleniyor.

YENİ NESİL BANKACILIK ZİRAAT MOBİL!



Finansal veriler, kampanyalar, geliştirilmiş hesaplama araçları,
en yakın Ziraat ve daha fazlası Ziraat Mobil'de!

 **Ziraat Bankası**
Bir bankadan daha fazlası

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