

# PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

AĞUSTOS 2015 / SAYI: 52 / FİYATI: 10 TL

www.psmmag.com



YENİDEN YAPILANDILAR, TAHSİLAT REKORU KIRDILAR

## İZMİR ULAŞIM KABUSUNUN PERDE ARKASI

İstanbul Kart,  
İzmir'in metrosunda  
nasıl geçti?

16 yıllık sistem  
8 günde sil baştan nasıl  
kuruldu?

Çanakkale'de  
toplu ulaşımda  
büyük kolaylık!

ISSN: 2148-8983  
9 772148 898306



Chris Skinner:

**"Evet, sosyal ağların  
bankacılıkla çok ilgisi var!"**



Onur Atver

**Verisoft, Senegal'in ulusal  
kart sistemi ihalesini aldı**



# 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

## Mobil dünyalar...

**Sanırım sizler de fark ediyorsunuzdur, her sayımız biraz daha "mobil" ağırlıklı oluyor. Hemen söyleyeyim bu bir tercih değil. Nereye gitsek, kimle konuşsak konu dönüp dolaşıp mobile geliyor...**

Bu ay dosya konumuzu, haziran ayında İzmirli adeta çileden çıkaran toplu ulaşım kaosuna ayırdık. İzmir'e gittik ve bizzat yerinde son durumu gözlemlene fırsatı bulduk. Yerel basında ve bazı ulusal gazetelerde yer alan haberlerde, sorunların yeni işletmeciden kaynaklandığı yönünde bir izlenim oluşmuştu. Biz de sözü "savunmaya" verip; Kartek firmasının o dönemde neler yaptığına, 8 gün süren kaosu perde arkasında neler yaşandığına ışık tutmaya çalıştık. Eğer eski yüklenici Kentkart'ın da söyleyecekleri olursa önümüzdeki sayıda onlara da söz vereceğimizi buradan belirtmek istiyorum...

'Ayın Ekibi' sayfamıza VakıfBank'ın Hukuk, Kredi İzleme ve Takip ekiplerini konuk ettik. VakıfBank Genel Müdür Yardımcısı Mehmet Emin Karaağaç, kısa bir süre önce yeniden yapılanan ve yeni bir stratejiyle takipli alacaklardan, 1 milyar TL'si anapara olmak üzere toplam 1 milyar 250 milyon TL tahsilat sağlayan bu ekibin başarısının sırrını anlattı... Diğer konularına neredeyse tamamı bir şekilde dijital ve mobile dokunuyor. Örneğin, ödeme sistemlerinde 30 yıllık deneyimiyle dikkat çeken Verisoft, önümüzdeki dönemde ağırlığı mobile verecek. Western Union'un Doğu Avrupa Bölge Direktörü Nogay Kanpolat, para transferlerinin de mobile kaydığını açıklıyor. Caffè Nero "tek dokunuş"la, Kahve Dünyası ise "hiç dokunmadan" misafirlerine ödeme deneyimi yaşatma peşinde. Yerli malı ve "cep dostu" Quadro giyilebilir cihazlar da ödemeler dünyasında yerini alacağı günleri bekliyor...

Ayakkabı sektörüne özel yazılımlarıyla bilinen Korgün Yazılım'ın "veri madenciliği" stratejisiyle kuracağı sanal AVM'yi; Loomis'in para taşıma riskini ortadan kaldıran akıllı kasalarını; D-Tech'in ekstreleri hem tüketici hem de şirketler için kazançlı birer mecra haline getiren mail uygulamasını da merak ediyorsanız lütfen sayfaları çevirmeye devam edin.

Keyifli okumalar...



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

**YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ**  
**Abdullah Çetin**  
acetin@psmmag.com

**EDITÖRLER**  
**Esin Gedik, Hüsnüye Güngör**

**YAYIN KOORDİNATÖRÜ**  
**Kayhan Öztürk**

**HABER MÜDÜRÜ**  
**Orhan Pala**

**DÜZELTMEN**  
**Celalettin Kafesoğlu**

**GÖRSEL YÖNETMEN**  
**Halil Günüş**

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

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

**FOTOĞRAF**  
**Gökhan Taşçı**

**REKLAM & REZERVASYON**  
**Seda Uygun**  
suvgun@psmmag.com

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

**BASKI**  
**Vatan Ofset Yayıncılık ve Matbaacılık A.Ş.**  
Doğan Medya Tesisleri Sanayi Mah. 1650. Sok. No:2  
Esenyurt - İstanbul Tel: 0212 622 19 00

**YAYIN TÜRÜ**  
**AYLIK - YAYGIN - TÜRKÇE (EKONOMİ - HABER DERGİSİ)**  
PSM, T.C. Yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır.  
Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. Kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz.  
Köşe yazıları yazarlarının sorumluluğundadır.

# iÇİNDEKİLER

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE • AĞUTOS 2015



# 34

## AYIN EKİBİ

VAKIFBANK

Yeniden yapılandılar,  
tahsilat rekoru kırdılar



**6 VİTRİN**  
Yurtdışında kart değil nakit kullanıyoruz

**16 SOSYAL BANKACILIK**  
Evet, sosyal ağların bankacılıkla çok ilgisi var!

**20 AKILLI ULAŞIM**  
8 günlük İzmir ulaşım kabusunun perde arkası

**28 AKILLI ULAŞIM**  
Çanakkale’de temassız ulaşım devri başladı

**30 SİSTEM ENTEGRASYONU**  
Verisoft 30’undan sonra mobilize oluyor

**38 YAZILIM**  
Ürüne müşteri değil, müşteriye ürün bulduracak

**42 PARA TRANSFERİ**  
Uluslararası para transferi de mobile kayıyor

**44 NAKİT YÖNETİMİ**  
Banka hesabı kasaya giriyor

**46 MÜŞTERİ İLETİŞİMİ YÖNETİMİ**  
Müşteri iletişimde ‘fijital’ ve Dinamik Ekstre dönemi

**48 MEVZUAT**  
E-ticaretin hukuksal çerçevesine bir bakış

**50 KAMPANYA**  
Sürpriz seviyorsanız bluetooth’unuzu açık tutun!

**52 ÖRNEK ÜYE İŞYERİ**  
Kahvenizi nasıl alırdınız? ‘Tek dokunuş’ mobil olsun

**54 TEKNOLOJİ GÜNDEMİ**  
Mobil merkezli dünya

**58 GİYİLEBİLİR CİHAZLAR**  
Yerli malı yurdun malı, cebini seven bunları kullanmalı

**62 EXTRE**  
Kart sayısı 170 milyona koşuyor

**64 DÜNYADAN**  
Finansal hizmetlerin mobilite ve kimlikle koalisyonu

**66 NOSTALJİ**  
Toplumu da parayı da teknoloji değiştirir



## ► Yurtdışında kart değil nakit kullanıyoruz



Merve Tezel

Visa Europe, Türkiye'nin de aralarında bulunduğu 16 ülkede tüketicilerin yurtdışı seyahat harcamaları ve ödeme şekillerini ortaya koyan bir araştırma yayınladı. 32 bin kişinin katıldığı "Uluslararası Harcamalar Araştırması", tüketicilerin yurtdışına çıktıklarında ödeme tercihlerini değiştirdiklerini gösteriyor. Araştırmaya göre tüketiciler, kendi ülkelerinde yaptıkları alışverişlerde ödemelerini ağırlıklı

olarak kartla yaparken, yurtdışına gittiklerinde nakdi tercih ediyor. Araştırmaya katılan Türkler, ülke içinde yaptıkları harcamalarda sadece yüzde 22 oranında nakit kullanırken, yurtdışına çıktıklarında bu oran iki katına çıkıyor ve yüzde 43'e ulaşıyor.

Türk tüketicilerin yüzde 54'ü seyahate çıkmadan önce döviz alıyor, bunun yurtdışında para çekmekten ve banka kartı kullanmaktan daha az maliyetli olduğunu düşünüyor. Yüzde 50'si de sahtecilik korkusuyla ve kartlarını güvenle kullanamayacağı düşüncesiyle tatile çıkmadan parasını bozduruyor.

Araştırmayı değerlendiren Visa Europe Türkiye Ülke Müdürü Merve Tezel, "Yurtdışında kart kullanımının dövizden daha maliyetli olduğu algısı, kartların yurtdışında geçmeyeceğine dair düşünceler ve sahtecilik endişesi, tüketicileri nakit kullanmaya yönelten öncelikli sebepler olarak ortaya çıkıyor. Kart sahiplerimize yurtdışında maliyet avantajı nedeniyle banka ve kredi kartı kullanmalarını, nakit için de şehir içindeki ATM'leri tercih etmelerini öneriyoruz" dedi.

## ŞİRKETLER HARCAMALARINI TİCARİ KARTLARLA KONTROL EDİYOR

# VISA

Visa'nın Global Ticari Tüketim Harcamaları Endeksi'ne göre, Türkiye'de ticari tüketim harcamalarının

yüzde 46'sı küçük şirketler tarafından yapılıyor. Onları yüzde 31 ile büyük şirketler ve yüzde 21 ile orta ölçekli işletmeler takip ediyor. Avrupa'da ise ticari tüketim harcamalarında en büyük payı yüzde 44 ile büyük şirketler alırken, onu yüzde 28 ile orta ölçekli ve yüzde 24 ile küçük ölçekli işletmeler izliyor. Bu veriler, ticari kart

kullanımında, özellikle büyük ve orta ölçekli kurumlar tarafında Türkiye'de büyük bir potansiyel olduğunu ortaya koyuyor.

Kartlı ödemelerde ticari kartların rolünün her geçen gün arttığını belirten Visa Europe Türkiye Ülke Müdürü Merve Tezel, "Türkiye'de Visa markalı ticari kart adedi 3.2 milyona ulaştı. Ticari kartlarla yapılan alışveriş hacminde ise yaklaşık yüzde 40 büyümeye söz konusu. Türkiye'de Visa üzerinden yapılan kartlı harcamaların yüzde 19'unu ticari kartlar oluşturuyor" dedi.

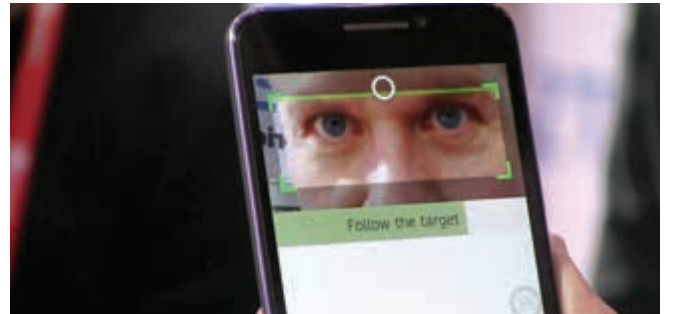
## ► Bankalar biyometrik sistemleri tartışacak

Avrupa Biyometri Birliği'nin (EAB) düzenleyeceği bir dizi toplantıda, bankacılara biyometrik sistemler anlatılacak. Özellikle mobil uygulamalarda biyometrik ödeme sistemlerinin ele alınacağı toplantılarda parmak izi ve damarı, yüz, ses, iris, göz damarı teknolojileri tartışılacak.

Göz doğrulama teknolojisini Avrupa'da ilk defa hayata geçiren Türk firması Ölçsan'ın da ana sponsorları arasında yer aldığı toplantıların ilk ayağı Almanya'nın Frankfurt kentinde 24 Eylül'de yapılacak. Avrupa Biyometri toplantılarının ikincisi 16 Ekim'de Londra'da, son toplantı ise 26 Kasım'da Amsterdam'da düzenlenecek.

Toplantılarda, Avrupa Biyometri Birliği'nin önde gelen üye teknoloji firmaları, finans sektörünün önemli oyuncularına biyometrik sistemleri uygulamalı olarak anlatacak. Bankacılık ve ödeme sistemlerinde operasyonel verimliliğin artırılması, sahteciliğin önüne nasıl geçileceği gibi yüksek

güvenlik önlemleri de ele alınacak. Ayrıca, bankacılık alanında biyometrik sistemlerin nasıl kullanılacağı, ödeme süreçlerinin nasıl işlediği ve bu sistemin başarılı örnekleri gösterilecek. Bankacılık sektöründe şifre ve kart olmaksızın mobil işlemlerin gerçekleşmesine olanak tanıyan bu sistemde, Ölçsan'ın çözüm ortağı EyeVerify'nin 'Eyeprint ID' teknolojisi kullanılıyor.





# MAXIMUM'LA KALELERE, SARAYLARA, MÜZELERE GİRMEK ÇOK KOLAY.

**Maximum Kart aynı zamanda Müzekart.**

T.C. Kültür ve  
Turizm Bakanlığı'na  
bağlı tüm müze ve  
özen yerleri  
1 ay boyunca  
ücretsiz.



T.C.  
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI

Republic of Turkey Ministry of Culture and Tourism

DÖSİMM

TÜRSAB MÜZE  
GİRİŞİMLERİ

maximum



Ayrıntılı bilgi: [maximum.com.tr](http://maximum.com.tr)

[f /maximum](https://www.facebook.com/maximum) [t /MaximumKart](https://www.twitter.com/MaximumKart)

Müzekart özelliği, her bir takvim yılı içinde 1 aylık süreyle sınırlı olup bu süre, kredi kartının ücretsiz giriş için ilk kez kullanıldığı gün başlar ve 30. günün sonunda biter. Ücretsiz giriş her yıl 31 Aralık günü sona erer. Ziyaret tarihinde kullanıma açık olan, geçerli ve geri ödeme sorunu olmayan İş Bankası kredi kartları uygulamadan yararlanabilir. Maximum Aidatsız Kartlar, İş'te Üniversiteli Aidatsız kredi kartlarıyla Ziraat Maximum Kartlar uygulamaya dahil değildir. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve T. İş Bankası A.Ş., uygulama koşullarında değişiklik yapma hakkını saklı tutar.

## ► İş Bankası Parakod ile sinema keyfi cebinizde



İş Bankası'nın 2012 yılında müşterilerinin kullanımına sunduğu kartsız, basit ve güvenilir bir şekilde alışveriş yapma imkânı sağlayan Parakod uygulamasına eklenen cep telefonundan sinema bileti alma özelliği, Türkiye İş Bankası Genel Müdür Yardımcıları Hakan Aran ve Yalçın Sezen ile Mars Cinema Group Yönetim Kurulu Başkanı Muzaffer Yıldırım'ın katıldığı bir basın toplantısıyla tanıtıldı.

Parakod uygulamasına eklenen yeni özellikle sinemaseverler, cep telefonlarından istedikleri anda Cinemaximum sinema bileti alabilecek.

Toplantıda Mars Sinema Group ile devam eden Cinemaximum işbirliğine ve bireysel bankacılık alanında dijital bankacılık uygulamalarının önemine değinen İş Bankası Genel Müdür Yardımcısı Yalçın Sezen, Maximum Kart'ın Cinemaximum, Müzekart özellikleri ile sosyal yaşama dair sunduğu değerlerle diğer kart

programlarından farklılaştığını, sunduğu ayrıcalıklarla Maximum Kart'ın sinema eğlencesinin kartı haline geldiğini, dijital trendleri dikkate alarak maksimum değer katan ürün ve hizmetler sunduklarını kaydetti. Toplantıda uygulama hakkında bilgi aktaran İş Bankası Genel Müdür Yardımcısı Hakan Aran, dijital dönüşümün en başarılı örneği olarak gördükleri İşCep Parakod uygulamasıyla akıllı telefonların günlük hayatta pratik bir şekilde kullanılmasını sağladıklarını belirtti. İş Bankası'nın Türkiye'de dijital dönüşüme öncülük ettiğini vurgulayan Aran, şöyle konuştu:

“Müşterilerimizin dijitalleşmesine paralel olarak biz de yeni geliştirdiğimiz uygulamalarla ülkemizin dijital dönüşümüne katkıda bulunmak istiyoruz. Bu doğrultuda önümüzdeki sürece damga vuracak olan dijital dönüşüm yolculuğunda üzerimize düşen görevi yerine getirmeye çalışıyor ve müşterilerimizi, paydaşlarımızı yeni teknolojilerle buluşturuyoruz.”

Mars Cinema Group Yönetim Kurulu Başkanı Muzaffer Yıldırım da fark yaratan yenilikçi projeleri hayata geçirerek, faaliyet gösterdikleri sektörlerin vizyonunu değiştirmek ve insanların hayatında pozitif değişimler yaratmak istediklerini belirterek şöyle devam etti: “Bugün İş Bankası ile gerçekleştirdiğimiz iş birliğimizi bir üst adıma taşıdık. Parakod'un sağladığı avantajlara ek olarak Mars Cinema Club kartımızla müşterilerimize sürprizler sunuyoruz. Parakod uygulamasından yararlanacak tüm İş Bankası müşterileri, bilet alımı öncesinde Mars Cinema Club kart üye girişi yaparak, 8 bilete 1 bilet kampanyasından bu uygulamaya entegre olacak şekilde faydalanabilecekler.”

## ► “Yılın Nakit Yönetimi Bankası” yine TEB oldu

Türk Ekonomi Bankası (TEB), uluslararası finans ve bankacılık dünyasının prestijli ödül organizasyonlarından Asian Banking&Finance Awards tarafından, “Türkiye’de Yılın Nakit Yönetimi Bankası” ödülüne layık görüldü.

KPMG, Deloitte ve Ernst&Young gibi tarafsız uluslararası finansal danışmanlık firmaları tarafından yapılan değerlendirme sonucunda TEB, Nakit Yönetimi kategorisinde “Türkiye’de Yılın Nakit Yönetimi Bankası” ödülünü almaya hak kazandı. Banka, geçen yıl da aynı ödülü almıştı. Şirketlerin finans süreçlerini teknolojik gelişmelerle buluşturarak kolaylaştırmayı ve bu sayede katma değer ya-



ratmayı hedeflediklerini belirten TEB Kurumsal Firmalar Grup Direktörü Gülümser Özgün Henden, yenilikçi ürün ve hizmetlerinin başarısının gerek yurtiçinde gerekse uluslararası alanda tescillendiğini vurguladı. Henden, “Müşterilerimize finansal işlemleri için sadece bankacılık hizmeti değil, nakit yönetimi danışmanlık hizmeti de sunuyoruz. Elektronik bankacılık servislerimizin yanı sıra mobil şirket bankacılığı servislerimizle tahsilat ve ödeme süreçlerinde garanti, hız ve maliyet avantajları sağlıyoruz.

Bu hizmet ve yaklaşımımızın somut bir yansıması olan bu ödüle, geçtiğimiz yıl olduğu gibi bu yıl da layık görüldük, bundan büyük mutluluk duyuyoruz” diye konuştu.



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



## THALES HSM Çeşitleri Verisoft Güvencesiyle Size Çok Yakın...

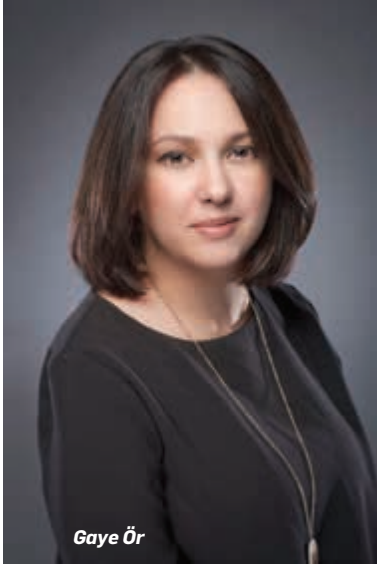
- Ağ Güvenliği Çözümleri
- Oracle ve Microsoft SQL Veri Tabanı Şifrelemesi
- PCI DSS Uyumluluk Çözümleri
- e-Ticaret ve Tokenization Çözümleri
- Uçtan Uca Şifreleme Çözümleri
- P3 EMV Veri Hazırlama Çözümleri
- TSM Güvenli Oda ve ÖKC Sertifika Çözümleri



**THALES**



**verisoft**



Gaye Ör

## ► PayU'nun Türkiye Pazarlama Müdürü Gaye Ör oldu

E-ticaret sektörünün iş ortakları arasında yer alan PayU Türkiye'nin Pazarlama Müdürlüğü görevine Gaye Ör getirildi. Daha önce Bankalararası Kart Merkezi (BKM) ve PayPal Türkiye'de de aynı unvanla çalışan Ör, yeni görevinde sanal POS çözümleri, gelişmiş sahtecilik önleme filtreleri, 7 gün 24 saat hizmet veren uzman sahtecilik izleme ekibi gibi servislerle e-ticaret sektörüne çözümler sunan PayU'nun Türkiye'deki tüm pazarlama aktivitelerinden sorumlu olacak. Marmara Üniversitesi Almanca Enformatik bölümünden mezun olan Gaye Ör, 2004 yılında Adisa Danışmanlık'ta başladığı kariyerine Garanti Ödeme Sistemleri'nde devam etti. 6 yıl süreyle üye işyeri pazarlama, banka kartı ve ön ödemeli kartlarla ilgili ürün ve pazarlama çalışmalarını yürüten Ör; Türkiye'nin ilk üye işyeri web sitesi, ilk online ön ödemeli kart satışı gibi projelerinin yanı sıra Paracard marka değişimini de yönetti.

## CLICKBUS, TÜRKİYE'DEKİ İLK YILINDA 6 KAT BÜYÜYECEK.

Türkiye'de 100'den fazla anlaşmalı otobüs firmasıyla çalışan ve 15 binden fazla güzergaha otobüs bileti sağlayan ClickBus, birinci yılını kutluyor. ClickBus Genel Müdürü Ömer Küçükdere, geride kalan yılın performansını şöyle değerlendirdi:

"Şirketimizin amacı, otobüs bileti satın almak isteyen yolcuları tek bir platformda toplamak ve onlara en iyi hizmeti sunmak. Geride bıraktığımız bir yıl içinde ClickBus, farklı alanlarda müşterilerine kaliteli hizmet sunmak amacıyla birçok atılımda bulundu. Yola çıktığımızda 67 otobüs firmasının biletlerini sağlıyorduk, şu anda 105 firmayla çalışıyoruz. ClickBus Türkiye olarak 2015 yılındaki aylık ortalama bilet satışımızın, yıl sonu itibarıyla 2014 rakamlarının 6 katına çıkacağını öngörüyoruz."

Otobüsle seyahat alışkanlıklarını da gözlemlediklerini söyleyen Küçükdere, "ClickBus üzerinden en çok tercih edilen güzergah Ankara-İstanbul oldu. En az bilet alınan rotalara da Zonguldak ve Sakarya'yı örnek verebiliriz. Gece yolculukları toplam satışlarımızın yüzde 52'sini oluşturdu. En fazla bilet alınan saat gece 23.59 seferi oldu. ClickBus'la bilet alan yolcularımız 1 yılda 150 milyon kilometre yol kat etti" dedi.



Ömer Küçükdere

## ► "Türkiye'nin En İyi Dijital Bankası" Akbank



Orkun Oğuz

Uluslararası alanda önde gelen finans yayın grubu Global Finance tarafından dağıtılan "Dünya'nın En İyi Dijital Bankaları Ödülleri" (World's Best Digital Banks Awards) sahiplerini buldu. Uluslararası bankacılık sektörünün büyük önem verdiği bu prestijli ödüllerde Akbank, 6 ödülle "Türkiye'nin En İyi Dijital Bankası" seçildi.

Akbank, Bireysel Bankacılık kategorisinde, "Türkiye'nin En İyi Bireysel Dijital Bankacılık", "En İyi Mobil Bankacılık Uygulaması", "En İyi Websitesi Dizaynı", "En İyi Online Mevduat, Kredi ve Yatırım Ürünleri Teklifleri" ve "En İyi Veri Güvenliği İnsiyatifleri" ödüllerinin sahibi oldu. Akbank, Kurumsal Bankacılık

kategorisinde de "Türkiye'nin En İyi Mobil Bankacılık Uygulamasına Sahip Bankası" seçildi.

Ödül kazandıkları için mutlu olduklarını söyleyen Akbank Direkt Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Orkun Oğuz, "Global Finance tarafından Türkiye'nin en iyi dijital bankası seçilmemizin yanı sıra seçkin ödül platformları tarafından takdir edilen uygulamamız Akbank Direkt Mobil ile Avrupa'nın en iyi mobil bankacılık uygulaması ödülünü almaktan büyük gurur duyuyoruz. Yıllardır yaptığımız teknoloji yatırımlarının, geliştirmelerin ve pazarlama faaliyetlerimizin takdir edilmesi bizi çok mutlu ediyor" dedi.

# 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

EMVCo

PCI

TSE

TÜBİTAK  
ULUSAL  
MÜHÜRÜ

Microsoft  
Windows CE

MasterCard  
paypass

Visa  
payWave

Yeninesil  
POS  
.com

## İlk ödeme hizmetleri lisansını UPT aldı

"6493 sayılı Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun" kapsamında lisans başvurularının haziran ayında tamamlanmasının ardından, Türkiye'nin ilk ödeme hizmetleri lisansı alan firması UPT Ödeme Hizmetleri A.Ş. oldu. UPT Ödeme Hizmetleri'nin lisans bilgisi 15 Temmuz 2015 tarihli Resmi Gazete'de yayınlandı.

UPT Ödeme Hizmetleri Genel Müdürü Erol Ulu, "Lisans sürecini tamamlayıp faaliyet iznini alan oyuncu-



lar sıkı bir rekabet ortamında hızlı aksiyonlar almak durumunda kalacaklar. Sektöre çözüm getirecek pek çok alternatif ürünümüz ve müşteri çözümlerimizle yarışa hazırız, şimdi bizim için koşma zamanı" dedi.

UPT sistemi ile yapılan para transferleri şu an 222 ülkede 400 binden fazla noktada alıcısına ulaşıyor ve alıcıdan masraf alınmıyor. Önümüzdeki dönem içinde UPT kendi yurtdışı yapılanmasını başlatıp uluslararası fatura, online ve mobil ödeme gibi yeni hizmetler sunmayı hedefliyor.

## AB'NİN İLK KATILIM BANKASI KUVEYT TÜRK'TEN



Kuveyt Türk, Alman Federal Bankacılık Düzenleme Kurumu'ndan (Ba-fin) faaliyet izni alarak kıta Avrupa'sının ilk katılım bankası KT Bank'ı kurdu. Frankfurt şubesinin açılışında konuşan Kuveyt Türk Genel Müdürü Ufuk Uyan, 45 milyon Euro başlangıç sermayesiyle işe başladıklarını, 2015 sonunda ise 4 şubeye ulaşacaklarını söyledi.

Kuveyt Türk Genel Müdürü Ufuk Uyan, yaklaşık 3 yıldır izin almak için çalıştıklarını altını çizerek, "Zorunlu sermaye 5 milyon Euro olmasına rağmen 45 milyon Euro kuruluş sermayesi ile faaliyete başladık" dedi. Almanya'da 45 milyar Euro varlığı olan 4.3 milyon müslüman olduğunu belirten Uyan, "Bunun yüzde 73'ü Türk nüfusu. Bankanın tanıtıma yeni

başlamış olmamıza karşın 90 kilometrelik mesafeden müşterilerimiz gelmeye başladı" şeklinde konuştu. Banka, yüzde 5 civarında faize hassasiyeti olmayan Alman müşteri hedefliyor.

KT Bank AG Genel Müdürü Kemal Ozan, 3 yılda Almanya çapında 8 şubeye ulaşmak istediklerini, bu sürede başa baş noktasına geleceklerini ve beşinci yılda da kâr açıklayacaklarını ifade etti. 3 yılda 323 milyon, 5 yılda 486 milyon Euro aktif büyüklüğe ulaşmayı planlayan KT Bank, ilk yılın sonunda 150 milyon Euro aktif büyüklüğe ve 140 milyon Euro mevduata sahip olmak istiyor. İlk yıl sonunda hedefledikleri 20 bin müşteri sayısını da 5 yılda 200 bine çıkarmayı umuyor.

## En hızlı büyüyen bilişim şirketi TÜRKKEP oldu

Türk bilişim sektörünün ciroları itibarıyla en büyük 500 şirketini genel ve faaliyet gösterdikleri alt kategoriler itibarıyla sıralayan, pazar hakkında öngörülerle dikkat çeken "İlk 500 Bilişim Şirketi" araştırmasının sonuçları, "Bilişim 500 Töreni"nde açıklandı. 2014 yılı cirolarına göre donanım, yazılım ve hizmet gelirlerinin yanı sıra faaliyet alanlarına göre dokuz temel alanda, Türkiye bilişim sektörüne 35 yıl emek verenler kategorisinde ve 500 bilişim şirketi arasında ilk 10'a girenlere ödülleri verildi. Sektörün önde gelen 900'ü aşkın firmasının veri paylaşımıyla hazırlanan araştırmaya ilişkin veriler, bilişim pazarının 2014'te yüzde 12.1 büyüyerek 69.4 milyar liraya ulaştığını ortaya koyuyor. Bilişim 500 araştırmasına göre, 2015 yılında bilgi teknolojileri pazarının yüzde 15, iletişim teknolojileri pazarının ise yüzde 11 büyümesi öngörülüyor. Kayıtlı elektronik posta (KEP), e-imza, e-fatura, e-arşiv fatura, e-defter, e-tebligat, e-mutabakat ve e-saklama gibi e-dönüşüm hizmetleri ve çözümlerini bütünlük olarak sunan TÜRKKEP ise son bir yılda bilişim sektörünün en çok büyüyen şirketi oldu.

2013 sonu cirosu ile 2014 sonu cirosuna göre son bir yılda yüzde 977 artışla bu unvana hak kazanan TÜRKKEP, Bilişim 500 araştırmasında "Hizmet Sağlayıcı" kategorisinde 42, "İletişim" şirketleri kategorisinde 73, ilk 500 sıralamasında ise 282'nci sırada yer aldı.



# Biz Verifone'uz. Şirketiniz için buradayız.

Özel olarak geliştirdiğimiz birbirinden farklı ödeme sistemi altyapılarıyla dünya çapındaki birçok markanın büyümesini sağlıyoruz.

Sistemlerimizi sorun ve beklentilerinizi düşünerek geliştiriyor, her gün milyonlarca işlem hacmini yönetiyoruz.

Siz de Verifone'a gelin, sunacağımız özel çözümlerle şirketinizi büyütün.



E: Pazarlama@verifone.com

Twitter @Verifone\_EMEA

Facebook www.facebook.com/Verifone

[verifone.com](http://verifone.com)



## ETİKA 2014

TÜRKİYE ETİK ÖDÜLLERİ

### ► 'ETİK ÖDÜLÜ'NÜ 5 BANKA PAYLAŞTI

Türkiye'de etik anlayışı bilincinin oluşturulması, geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması amacıyla kurulan Etik Değerleri Merkezi Derneği'nin (EDMER), ETİKA 2014 sonuçları açıklandı. 6 kategoride hazırlanan 80 soruya cevap veren şirketler arasında, uluslararası etik standartlara göre yapılması gereken uygulamaların yüzde 70'inden fazlasını yerine getiren şirketler "ETİKA 2014 Türkiye Etik Ödülü" almaya hak kazandı. Ödül alanlar arasında 5 banka da bulunuyor.

EDMER Kurucu Genel Başkanı Bülent Şenver, bu yıl beş bankanın "Türkiye Etik Ödülü"ne layık bulunmasının bankacılık sistemi için övünülecek bir sonuç olduğuna dikkat çekerek Yapı Kredi, Garanti Bankası, DenizBank, Şekerbank ve Kuveyt Türk Katılım Bankası'nı bu nedenle kutluyorum" dedi. Ödül alan bankaların genel müdürlerinin değerlendirmeleri şöyle:



#### **Garanti Bankası Genel Müdürü Ergun Özen:**

**"Başarımızın temelinde şeffaflık var"**

Garanti Bankası'nın istikrarla sürdürdüğü başarılı finansal performansın ve ülke ekonomisine sağladığı katkılarının temelinde; güven, doğruluk, hesap verebilirlik ve şeffaflık prensiplerine tüm

çalışanların sahip çıkması yatıyor.

Tüm paydaşlarımızın ve müşterilerimizin bize duyduğu güveni sürdürme ve itibarımızı koruma önceliğimiz de dikkate alındığında, söz konusu prensiplerin uygulanmasında, kurum olarak sahiplendiğimiz etik ilkeler bize yol gösteriyor. Etik değerlere verdiğimiz önem paralelindeki çalışmalarımızın ödüllendirilmesinden ve kurumsal yönetişimin gelişmesine katkılarından dolayı EDMER'e teşekkür ediyor, başarılarının devamını diliyorum.



#### **Yapı Kredi CEO'su Faik Açıklın:**

**"Bankacılığı etik ilkelerle yapıyoruz"**

Yapı Kredi olarak kurulduğumuz günden bu yana yönetim anlayışımızı etik değerler üzerine kurduk. Tüm finansal ve finans dışı faaliyetlerimizde önceliklerimizi ve geliştirdiğimiz çözümleri her zaman bu ilkeler etrafında şekillendirdik.

Topluma karşı taşıdığımız sorumluluk bilinciyle yazılı hale getirdiğimiz etik ilke ve kurallarımızın tüm Yapı Kredi çalışanları tarafından sahiplenilmesine oldukça önem veriyoruz. Bizlere dürüstlük, açık sözlülük, eşitlik ve profesyonel anlamda sorumluluk yükleyen ve tüm iş süreçlerimizde izlediğimiz yolu belirleyen bu değerlerin temel yapıları kapsamında Yapı Kredi'nin daimi başarılarını inşa etme çabamızdayız.

Etik değerlerimizi değişen toplum yapısına uyarlayarak başarımızın ve kurumsal itibarımızın gelecek nesillere de aktarılması öncelikli hedefimizi oluşturuyor.



#### **Denizbank Genel Müdürü Hakan Ateş:**

**"15 bine yakın Denizci olduk"**

Bankamızı 1997 yılında bir isim olarak devraldıktan sonra misyonumuzu, vizyonumuzu, değerlerimizi, strateji ve aksiyon planımızı hayata geçirmek için ortak aklımızla yola çıktık. Tüm yönetim anlayışımızın üzerini; şeffaflık, hesap verebilirlik, eşitlik ve adalet diye özetleyebileceğimiz kurumsal yönetim ilkelerimiz, yani etik değerlerimiz örttü. Herkese işi kadar yakın, işi kadar uzak olduk. Aramıza katılan her yeni Denizci ile bankamızı yeniden kurduk. Çocuklarımızın da çalışmayı hayal edeceği kurum inşa etmeyi hedefledik. Günün sonunda, 81'inci sırada başladığımız yolculuğumuza, 15 bine yakın Denizci ve Kaptanımızın yanında yerli ve uluslararası iştirakimizle, Türkiye'nin beşinci büyük özel bankası olarak devam etmenin gururunu yaşıyoruz.



#### **Şekerbank Genel Müdürü Halit Yıldız:**

**"Sektöre örnek bir model sunuyoruz"**

Kuruluşumuzdan bu yana 62 yıldır yerine getirdiğimiz "Anadolu Bankacılığı" misyonuyla insan odaklı ve sorumlu bankacılık yapıyor; iş süreçlerimizi toplumsal sorumluluk

anlayışımızla yapılandırıyoruz. Türkiye'nin kurumsal yönetim notu alan ilk bankası olarak, bu alandaki öncü rolümüzü koruyoruz.

Yerine getirdiğimiz sosyal misyonla Türkiye'de özel sektör bankacılığında örnek bir model sunuyoruz. 62 yıllık yolculuğumuzda olduğu gibi, önümüzdeki dönemde de ticari kaygının ötesinde toplum için değer yaratma hedefiyle çalışmaya devam edeceğiz.



#### **Kuveyt Türk Genel Müdürü Ufuk Uyan:**

**"Parolamız 'sağlam bankacılık'"**

Kuveyt Türk Katılım Bankası, örnek bir model olarak ön plana çıkan "sağlam bankacılık" prensiplerine ve etik değerlerine bağlı, tüm uygulamalarını etik kodları

üzerinden gerçekleştirme sorumluluğuna sahip bir kurum. Sağlam bankacılık, adalet, güven, profesyonellik, yenilikçilik ve takım ruhu değerlerine bağlılığımız, sektöre ve topluma değer katma odaklı çalışmalarımız bankamızın başarısında da önemli rol oynuyor. Türkiye Etik Ödülleri 2014 kapsamında bu ödüle hak kazanmamız tüm bu çabalarımızın mutluluk verici sonucudur.

CardSmart

Bosphorus

14 Ekim 2015, Çarşamba  
Steigenberger Maslak Istanbul Hotel

## “Transactions of Future”

**BÜYÜK DÖNÜŞÜM:  
TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI  
ÖDEME SİSTEMLERİNİ  
NASIL DEĞİŞTİRİYOR?**

**Yeni Ödeme Sistemleri Dünyasını  
CardSmart Bosphorus'ta Brett  
KING'ten Dinleyin...**

- Finansal strateji danışmanı, fütürist
- Yazar, Amazon'un en çok satanlar listesinde
- "Moven" uygulamasının yaratıcısı
- "Breaking Bank\$" programının yapımcı ve sunucusu
- "Yılın Girişimcisi" ödülü sahibi
- En «cool» 10 markadan biri

**CARDTEK**  
[www.cardtek.com](http://www.cardtek.com)

# Evet, sosyal ağların bankacılıkla çok ilgisi var!

Türkiye'nin dijital bankacılıkta lider ülkelerden biri olduğunu düşünen Chris Skinner'e göre, müşteri merkezli dijital düşünmeyi başarabilen bankalar çan eğrisinin tepesinde kalmaya devam edecek...

HÜSNİYE GÜNGÖR - hgungor@psmmag.com

**K**redi krizi yüzünden artık bankaların güveni en aşağı seviyelerde ve insanlar aileleri ve arkadaşları dışında kimselere güvenemez hale geldi. Bir yandan da kendilerine güven verebilecek yerler arıyorlar. İşte bu yüzden sosyal ağlar, bankaların yeni müşteri elde edebilmesi için son derece önemli. Çünkü sizi tavsiye edecek kişiler ağındaki insanlar arasından çıkacak ve onların etkisi çok büyük olacaktır. Peki bankalar 'etkileyicileri' nasıl etkileyebilir? Reklamla mı? Hayır. Kendi sosyal ağlarını oluşturmaya yatırım yaparak mı? Pek sayılmaz. İnsanların insanlara ödeme yapmasına yardımcı olarak mı? Evet..."

İşte bu satırların, yani Dijital Bankacılık kitabının yazarı Chris Skinner, Bankalararası Kart Merkezi'nin (BKM) desteğiyle Türkçeleştirilen kitabının tanıtımı için Türkiye'deydi. Skinner, 21'inci yüzyıl bankacılığının bundan böyle internet ve mobil tabanlı sistemler üzerinden kurgulanacağını, tüm sektörün ve sektör paydaşlarının gardını buna göre alması gerektiğini vurguluyor. Bakın Skinner başka neler anlatıyor...

**Kitabınızda dijitalleşmeyi "bankacılık artık para bankacılığı değil, veri bankacılığı" olarak tanımlıyorsunuz. Nedir bu veri bankacılığı?**

Bu sorunun yanıtı biraz da kitabın özeti gibi olacak. Geçtiği-





miz yüzyılda inşa edilen bankalar, kağıdın yerleştirilmiş networkler aracılığıyla, insanlar tarafından, binalarda, yani şubelerce fiziksel dağılımı üzerine kuruluydu. Şimdiye verinin global internet ağı aracılığıyla dağılımı söz konusu. Sorun bankaların bu eski yapıdan yeni yapıya nasıl geçeceğinde düğümleniyor. Yeni yapılanma bence internetin etkin olduğu yetenekler temeli üzerine kurulmalı. İnternet çağına uygun olmalısınız. Çünkü bugün artık neredeyse her şeyin temeli internet, özellikle de mobil. Baktığımızda Blockchain teknolojileri, Bitcoin ve diğer dijital para birimleri, mobil, internet bağlantısı aracılığıyla borçlandırma ve girişimlerin çok sayıda insan tarafından internet üzerinden fonlanması gibi birçok gelişme var internet etrafında. Gerçek tanım “bankacılığımızın özünde internet etkin bir altyapı, nesnelere internetle yönetilmesi var mı” sorusunun cevabında yatıyor.

ABD ve Avrupa’daki bankalar, oturmuş sistemleri dolayısıyla interneti etkin kılmakta zorluklar yaşıyor. Türkiye’de ise sistemlerini internetin tanımlanmasından sonra kurdukları için işin kalbine interneti koymayı başarmış bankalar var. İnternet etkin dijital yönetim fikri... Örneğin Finansbank’ın Enpara.com’u gibi. Yani dijital altyapı üzerinden yürütülen insan ilişkilerini kullanmayı biliyor musunuz? Dijitali öze yerleştirip üzerine insanları koyan bankalar bunu anlarken, öze insanları, üzerine dijitali koyanlar anlayamıyor.

### **Apple örneğini vererek bankaların insanlar için yeniden tasarlanması gerektiğini söylüyorsunuz. Tüm bunlar parayı daha kolay harcamamız için mi?**

Para, ödemeler ve finansın dijital dönüşümünün iki ayağı var: Basitleştirme ve kişiselleştirme. Basitleştirme, oldukça kolay teknolojiler kullanıyor olduğumuz gerçeğinden geliyor. Akıllı telefonların yarattığı en belirgin fark, gezegen üzerindeki herkese elektronik bir ağ aracılığıyla ucuz ve kolaylıkla erişim sağlamasında. Ve daha önce bankayla hiç ilişkisi olmamış insanlar da bugün artık bu mobil ağın içerisinde. Bu da finansal katılımın dönüşümünün göstergesi. Telefon kullanmak için artık bir kullanma kılavuzuna ihtiyaç duymuyoruz. Her şey çok kolaylaşmaya başlıyor. Uber, Airbnb gibi hizmetler, pazaryerleri önceden karmaşık olan hayatımızdaki birçok şeyi basitleştiriyor. Sonuç olarak mobil ile Blockchain arasında basitleştirilmiş kolay bir erişim var. Neredeyse ücretsiz ve gerçek zamanlı P2P.

Kişiselleştirme, yani servis sağlayıcının kullanıcı hakkında ne kadar bilgisi olduğuna gelince... Cihazlar arasında kablosuz bir iletişim olduğunda, mobil internet üzerinden kolay ve neredeyse ücretsiz işlem yapabiliyorsunuz. Bu noktada bankaların tek ihtiyacı, alışkanlıklarınız ve hayat tarzınız gibi kim olduğunuzu ilişkin bilgi. Bankaların bu hayat tarzını ihtiyaç duyulduğu anda gerekli olabilecek bilgi ve tavsiyeyle desteklemesi gerekiyor. Mesela bankalardan yerli yersiz, zamanlı zamansız gelen mesajlar. Tüketici olarak ihtiyacım olansa



bankamın havalimanına indiğim anda paramı oradaki döviz bürosu yerine merkezdekilerden birinde bozdurmamı tavsiye eden bir mesaj göndermesi...

### **Nüfus artarken para azalıyor. Dijital bankacılığın tüketicileri para yönetimi konusunda da desteklemesi gerektiğini düşünüyor musunuz?**

Kişiselleştirilmiş mobil uygulamalar ne yapıyor? Örneğin üzerinden bankacılık hizmeti

Facebook sunan Denizbank’ı ele alalım. Bu kanalla hemen her konuda ücretsiz danışmanlık alabiliyorsunuz. Birçok ülkeye göre oldukça gelişmiş hizmetler sunan bankalarımız var. ABD’de Moven adında bir finansal uygulama var. Aynı zamanda arkadaşım da olan Bank 2.0 kitabının yazarı Brett King tarafından geliştirilen bir uygulama. Bazı noktalarda aynı düşünmüyoruz. Bankaların ortadan kalkacağını, şubelere artık ihtiyaç olmayacağını söylüyor. Bense bankaların her zaman burada olacağını ve şubelerin gerekli olduğunu...

Moven daha güvenli harcayıp daha akıllıca yaşamınıza yardımcı oluyor. Son 25 yıl içerisinde pek çok insan parasından kopuk bir yaşama terkedildi. Çünkü bankalar neredeyse tüm hizmetlerini otomatik hale getirdi. Şubeye gitmeden, internet ya da çağrı merkezi üzerinden her işimizi halledebiliyoruz. Ancak bakiyenizi öğrenmek için çağrı merkezini aramanız ya da masanıza geçerek bilgisayarınızı açıp internete girmeniz gerekiyor. Bankaların burada atladığı, bakiyenizi artık her istediğinizde göremiyor olmanızdı. Oysa şubeye gittiğinizde, banka defterini yazdırdığımız anda hesabımıza giren ve çıkan parayı görebiliyordunuz. Bakiye hemen kolaylıkla görülebilir olmaktan çıktığında parayla ilişkimiz kötüleşti. Şimdiyse mobil bankacılık parayla aramızı düzeltiyor. Üstelik harcadığımız anda değişen bakiyenizi gerçek zamanlı olarak görebiliyorsunuz. Harcama alışkanlıklarınızı da takip edebiliyorsunuz. Örneğin, ayda 400 lirayı Starbucks’a harcadığınızı gördüğünüz anda belinizin etrafında oluşan “can simidi” için de bir açıklamanız oluyor. Bu yetilerle artık formunuz ve sağlığınızı finans ve parayla ilişkilendirmeniz mümkün. Böylece daha güvenli harcayıp daha akıllıca yaşayabilirsiniz. Yani artık bi-

### **Bazı meslektaşlarım**

şubelere ihtiyaç kalmayacak diyor.

Ama ben

tam tersini düşünüyorum. Şubeler

gerekli olmaya devam edecek...





## **Şirketler, ellerindeki verinin yalnızca binde 5'ini analiz ediyor. Geriye kalan yüzde 99.5'i ise çöpe gidiyor. Bankalarda da durum çok farklı değil**

rikmiş paranızın kalmadığını, çok harcadığınızı hemen fark edebildiğiniz halde bunun için bir şey yapmıyorsanız bu sizin suçunuz, bankanın değil. Artık bankalar insanlara paralarıyla ilgili daha fazla destek verebiliyor. İnsaniyet ve dijitalin ilişkisini doğru kurgulayan bankalar müşterisiyle çok daha iyi bir ilişki kurabiliyor.

### **CRM'in (müşteri ilişkileri yönetimi) müşteriyi tanımakta sınıfta kaldığı söyleniyor. Dijitalleşme bankaların müşterilerinin alışkanlık ve ihtiyaçlarını daha iyi anlamalarına yardım edecek mi?**

Kesinlikle. Tabii bankanın bunun üstesinden gelebilecek yetileri varsa. Verilerin sadece yüzde 3'ü etiketlenmiş durumda. Ve sadece yüzde 0.5'i analiz edilmiş. Bu jenerik bir veri. Şirketlerin elinde bulunan verinin yüzde 99.5'i çöp. Bankalar bu konuda ortalama bir sektöre göre daha iyi olsa da yeterli oldukları söylenemez. Bunun nedeni, kısmen müşteri verilerini farklı ürünlerle farklı sistemler ve departmanlar altında tutuyor olmaları. Sistemler bireysel müşteri ile kurumsal müşterinin aynı kişi olduğu durumlarda bile bunu ilişkilendiremi-

yor. Bilginin analiz edilememesinin önündeki en önemli engel bu ve bunu 20 yıldan uzun zamandır konuşuyoruz. Benim şirketimin dosyası ile benim dosyam farklı departmanlarda tutuluyor ve CRM'in bu konuyla hiç ilgisi yok. Bunlar birbirini beslemediği sürece CRM başarısız olacaktır.

Kurumsal yapılar da buna sebep olabiliyor. Örneğin ben kartların başındayım, sense kredilerin. Birbirimizle bilgi paylaşmıyoruz çünkü müşteri üzerinden alacağımız komisyon için rekabet halindeyiz. Avrupa ve ABD'deki bankalarda bu çok daha yaygın. Müşteri hakkındaki veriler farklı yapılar altında tutulduğu için bu veri birbiriyle entegre edilemiyor. Çünkü asıl kayıtların farklı görünüm ve formatları var. Bunun için verilerin işlendiği süreçlerden alınarak özel bir buluta geçirilmesi ve böylelikle verilerin birleştirilmesi gerekiyor. Bu artık bir zorunluk çünkü farklılaşmak veriyi nasıl analiz etmekten geçiyor. Ancak böyle ürün değil müşteri odaklı bir kurum olunabilir.

### **Türkiye'deki bankaları bugüne kadarki dijital yolculuklarına bakıldığında nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Türkiye dijital bankacılıktaki lider ülkelerden biri. Polonya, Çin, Hindistan gibi bankacılık sistemini son 25 yıl içinde entegre etmiş ülkelerden. Bu ülkelerin 1990'lara kadar sofistike bankacılık sistemleri yoktu. Bu yüzden sistemleri internet tabanlı. Birleşik Krallık gibi ülkelerinse 1960'lara dayanan bankacılık sistemleri var. Örneğin Türkiye, 2000'lerde henüz hiç bir yerde yokken, Garanti Bankası'yla temassız kart uygulamasını başlatan ülke oldu. İş Bankası da Brezilya'yla birlikte kişisel tanımlamada biyometriği ilk kullananlardan... Denizbank, Facebook bankacılığını başlattı. Yapı Kredi'nin birçok uygulaması, Finansbank'ın Enpara.

com'u... Bunların hiçbiri başka ülkelerde bu kadar hızlı gelişmiyor. Bu yüzden bu ülkeye gelmeyi sürdürüyorum. BKM Express'in mobil cüzdanı başka bir yerde yok. Diğer ülkelerde bankalar halen dijital cüzdanların varlığını tartışırken, burada bankaların ortak kullandığı böyle bir çözüm var.

### **Peki Türkiye'nin bu alandaki kendine has zorlukları nedir sizce?**

Banka yöneticilerinin dijital bankayı mı fiziksel bankayı mı öncelik aldığına bağlı. Merkezine insanı ve binayı alıp dijitali sadece bir araç olarak gören bankalar hata yapar. Birincisi dijital liderlik ve dijital kurum olmayı başarabilmek. İkincisi ülke ekonomisinin kendine has zorlukları. Bahsettiğim ülkelerin ekonomileri hızlı büyüyor ama büyüme yavaşladığında bankacılık inovasyonları da yavaşlıyor. Çünkü yeniliklerin sisteme sokulması için yeterli fon bulunamıyor. Teknolojiyi takip etmek çok kolay. Bir şekilde geleceğini biliyorsunuz. Sorun ne zaman geleceğinde. Biyometri buna iyi bir örnek. On yıllardır konuşuluyor ama ancak şimdi kullanıma geçiyor, çünkü artık kullanıma hazır. Videolarla danışmanlık yapmayı da yıllardır konuşuyoruz ama ancak gerçekleştirebiliyor. Şimdi artık Skype kullanan bankalar var. Video tabanlı müşteri hizmetleri hem ucuz hem kolay. Ama önceden değildi. Politik ve ekonomik açıdan geleceği tahmin edemiyorsunuz. Eğer bu mümkün olsaydı 2008 krizi olmazdı. Örneğin Avrupa, özellikle İngiltere krizde operasyon maliyetlerini kısarak müşterilerine odaklandı. Zorluk müşteri merkezli dijital düşünabilmekte. Bunu başaran bankalar eğrinin tepesinde kalmaya devam edecektir.

### **P2P ödemeler çağındayız. P2P bankalara rakip mi, yoksa bankalar bu hizmetleri desteklemeli mi?**

## **Teknolojiyi takip etmek**

**çok kolay. Avrupa bunu iyi yaptı. Krizde operasyon maliyetini kısıp müşteriye odaklandılar. Bunu başaranlar eğrinin tepesinde kalacak.**

Buradaki temel konu mobil ve Blockchain. Mobil herkesi iskeleden iskeleye (pier to pier), noktadan noktaya (point to point) ve kişiden kişiye (person to person) birbirine bağlıyor. Bunları hayata geçirdiğinizde P2P değer transferini yapabiliyorsunuz. Örneğin. ABD'den beklediğim bir ödeme ancak 10 günde elime ulaşabili. Üstelik epey maliyetli oldu. Bir telefon etmenin maliyetiyle kıyaslandığında bu çok büyük bir maliyet. Biri sentlere, diğeri dolarlara mal oluyor. Oysa kasım ayında bir pazar sabahı Blockchain üzerinden 86 milyon dolar para transfer edildi ve sadece 10 dakika aldı, üstelik sıfır maliyetle... Bankadan yapılıyorsa günler alacak ve maliyetli olacaktı. Dönüşümün gerekliliğinin nedeni de bu. Mobil ağlar üzerinden çok düşük maliyetlerle değer, para transfer edebiliyorsunuz. Bu da gezegenin daha iyi çalışmasını sağlıyor. Fintech şimdi bu iki teknoloji üzerine yoğunlaşıyor. Bu yüzden de risk sermayedarlarından milyonlarca dolar yatırım alıyor. Fintech start-up'ları 2013'te 4 milyon dolar yatırım almıştı. Bu yıl 20 ila 30 milyon dolar arası yatırım alıyorlar. Bunun en önemli nedeni Fintech şirketlerinin ödeme sistemleri projeleri. Çünkü bu projeler düşük değerli-yüksek maliyetli değil yüksek değerli-düşük maliyetli işlemleri mümkün kılıyor. Risk sermayedarları da yatırımlarının geri dönüşünü kat be kat alıyor. ☹



# 8 gnlk İzmir ulaŖım kâbusunun perde arkası

İzmir'in toplu ulaŖım elektronik ücret toplama ihalesi bu iŖi bilmeyen, yetkinlik belgesi olmayan bir firmaya mı verildi? Kamunun telafisi mümkün olmayan zararlara uğrama riski mi var? İstanbul Kart nasıl oldu da İzmir'in metrosunda, otobüslerinde kullanılabilirdi? Eski yüklenici neden 1 yıl kamu ihalelerine katılmaktan men edildi?

8 günde 16 yıllık sistem sil baŖtan nasıl yeniden kurulabilirdi? Kartek, kart dolum bayilerine eski yükleniciden daha mı az komisyon veriyor?..

İzmir'in toplu ulaŖım için elektronik ücret toplama iŖletmesi 16 yıl sonra el deęiŖtirince, deyim yerindeyse kıyamet koptu. Yerel ve ulusal basında iddialar peŖi sıra geldi. EleŖtiriler, iddialar, sorular hep yeni yüklenici Kartek'i iŖaret edince, iŖin aslını oğrenmek üzere İzmir'e gidip bu Ŗirketin yöneticileriyle grŖtk. Yetinmedik metro turnikelerinde, otobüslerde İstanbul Kart ile test yaptık. Yukarıdaki soruları da OneClick Genel Müdür Yardımcısı Serdar Altuncu'ya yönelttik...

ABDULLAH ÇETİN - acetin@psmmag.com



## İzmir'in 16 yıllık toplu ulaşım elektronik ücret toplama altyapısı sil baştan yeniden kuruldu. Akıllı ulaşımında OneClick markası doğdu

### Önce ihale sürecini kısaca anlatabilir misiniz?

İzmir Büyükşehir Belediyesi kuruluşu ESHOT, ocak ayında kentlin toplu ulaşım hizmetleri için elektronik ücret toplama işletim ihalesi açtı. Herkese açık olan ihaleye eski yüklenici ile Cardtek şirketi olarak biz (Kartek) katıldık ve kamu yararına en uygun teklifi vererek sistemin geçişi için aylar öncesinde çalışmalarımıza başladık. 1 Nisan'da sistemi işletmeye başlayacağımız halde, ihalenin iptaline yönelik eski yüklenicinin Kamu İhale Kurumu'na (KİK) yaptığı itirazların karara bağlanamaması nedeniyle devir işlemleri 2 ay ertelendi. Eski yüklenicinin yaptığı başvurular KİK tarafından reddedildi. Sonuçta 1 Haziran'da devir almak üzere İzmir'in otobüs, metro, tren ve vapurları için ücret toplama altyapısının işletmeciliğini 22 aylık süre için kart ve bilet temini dahil yaklaşık 33 milyon TL bedelle Kartek üstlenmiş oldu. Rakibimizin teklifi bizden yaklaşık 4.3 milyon TL daha yüksekti. İhale günü itibarıyla kamu yararına en uygun teklifi vererek kazandığımız ihaleyle sistemin geçişini sağlamak ve 1 Haziran'da devir almak üzere çalışmalarımızı aylar öncesinde başlattık.

### Eski yüklenicinin itiraz gerekçesi neydi?

Elektronik ücret toplama konusunda yetkinlik belgemizin olmadığını iddia ettiler. Oysa 2014 yılında Hizmet Alımı İhaleleri Uygulama Yönetmeliği'nde yapılan değişiklikle Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın bize verdiği teknolojik ürün deneyim belgesi, ihale konusunu da kapsıyor. Yani ihalede diğer teklif sahibinin "iş deneyim belgesi" ne ise bizim sahip olduğumuz belge de aynı hükümdede ve yeterliliğimiz ilgili tüm resmi makamlar tarafından tescilli. Bu uygulamanın dayanağını ise Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın teknolojiyi geliştirmek, desteklemek için teknoloji firmalarına sağladığı avantaj oluşturuyor. Kısacası bu, devletin sağladığı resmi ve onaylı bir belge.

### "İZMİR'İN 10 KATI BÜYÜKLÜKTE SİSTEM ÇALIŞTIRIYORUZ"

### Yurtdışında başta Hindistan olmak üzere toplu ulaşım çözümlerinizi olduğunu biliyoruz. Bu da yetkinlik için bir kriter değil mi?

Elbette. 2006 yılından bu yana akıllı ulaşım projeleri geliştiriyoruz. Hindistan hükümetinin ulusal ulaşım proje danışmanıyız. Bizim asıl deneyimimiz, çok daha ileri teknoloji ve güvenlik kriterleri gerektiren kartlı ödeme sistemlerinden geliyor. 30 milyon aşan kredi ve 16 milyon banka kartını, 450 bin cihazla tek bir sistem üzerinde yöneten bir teknolojiye sahibiz. Bankacılıkta İzmir toplu ulaşımının 10 katı büyüklükte sistem çalıştırıyoruz. Bugün Türkiye ve yurtdışında 100 milyonun üzerinde kart, 985 bin 850 POS, 2 bin 500 ATM işletimi için kurumlara



Serdar Altuncu

gerekli teknoloji, altyapı ve operasyon hizmetini sorunsuz sunuyoruz.

### Öyleyse Ankara İdare Mahkemesi neden yürütmeyi durdurma kararı verdi? Basında yer aldığı şekliyle "İhale işi bilmeyen firmaya verildi. Telifisi güç zararlar doğabilir" gerekçesi için ne diyorsunuz?

Eski yüklenici Kamu İhale Kurumu'na belgemizin yetersiz olduğu konusunda itiraz etti ve bu itirazı defalarca reddedildiği halde şimdi mahkeme kanalıyla bu kararı durdurdu. Burada ilgili idare mahkemesinin vermiş olduğu karar sadece itirazın incelenmesine yönelik rutin bir hukuki prosedür. Hukukçularımız ilgili mahkeme nezdinde girişimde bulunmuş olup, nihai kararın firmamız lehine sonuçlanacağından hiçbir kuşkuumuz yok. Ayrıca Türk yargısına da güvenimiz tam.

### Peki "telafisi güç zararlar" doğması mümkün mü?

Öncelikle haziranın ilk haftasında yaşananlar tamamen geride kaldı. Sistemin yüzde 80'i aşkın kısmı tamamen yenilendi. Sorunlu olan kartların aktivasyonları tamamlandı, eski ve kullanılamaz durumdaki validatörleri yenileriyle değiştirdik, TVM (kart dolun) cihazları güncellendi. Sistem şimdi sorunsuz çalışıyor. Yani "geri dönülemez kamu zararı" diye bir durum kesinlikle söz konusu değil.

### "KÖK ANAHTARI, SİSTEM BİLEŞENLERİNİ VERMEDİLER"

### Gelelim o ilk 8 güne? Neler yaşandı o dönemde, sorunun kaynağı neydi?

ESHOT'a ait mevcut sistemin işletilmesi için girdiğimiz ihaleyi "işletmeci" kimliğiyle aldık. Yani yazılımıyla, donanımıyla, tüm teknolojik altyapısıyla sistemi devralıp işletecektik. Fakat eski yüklenici sisteme ait verileri ve anahtarları teslim etmedi ve bu yüzden İzmir Büyükşehir Belediyesi tarafından hakkın-





## AKILLI ULAŞIMIN MERKEZİ İZMİR, MARKASI "ONE CLICK"



Ödeme sistemleri için uçtan uca entegrasyon çözümleri sunan Cardtek, İzmir'in toplu ulaşımı için açılan elektronik ücret toplama ihalesini kazanarak, Türkiye'de ilk kez tüketiciye, son kullanıcıya doğrudan dokunan bir faaliyet yürütmeye başladı. Grup, toplu ulaşım çözümlerini "OneClick" markası altında verecek. OneClick Genel Müdürü İbrahim Durak, İzmir'i toplu ulaşım çözümlerinde Avrupa için bir kuluçka merkezi ve üs yapmak amacıyla yola çıktıklarını vurguluyor. Durak, "Hedefimiz, bankacılıktan sonra ulaşım sistemlerinde de Türkiye'nin en büyük entegratörlerinden biri olmak, bankacılık güvenlik standartlarını bu alana da taşımak. Türkiye'de bu alanda büyük boşluk var. Toplu taşıma çözümlerinde, elektronik ücret toplama sistemlerinde çitayı yükselteceğiz. Yakında birçok ilin toplu ulaşımı için elektronik ücret toplama ihalesi açılacak. Biz de katılacağız ve bu alanda iddialı bir oyuncu olacağız" diyor.

OneClick İzmir'in Folkart, Mersinli, İzmir Yüksek Teknoloji ve Ege Üniversitesi Teknokent ofislerinde yaklaşık 90 çalışan görev yapıyor.

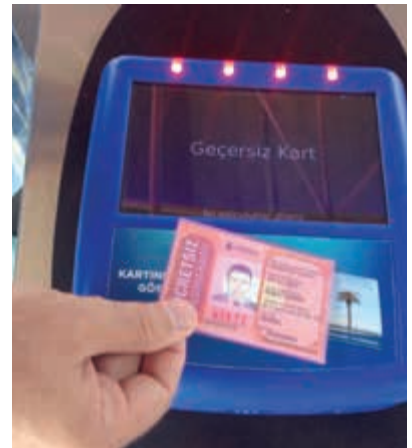
da savcılığa suç duyurusunda bulunularak ihale yasaklısı oldu. ESHOT sisteme ait kök anahtarını ve sistem bileşenlerini almadığı için bize de teslim edemedi. En önemlisi de sahadaki kartların, kart dolun makinelerinin, kartları okuyan validatörlerin anahtarlarının, şifrelerinin üretildiği kök anahtar yoktu. Kısacası sistemin beyni ortada yoktu. Bu şartlar altında yapılabilecek tek çalışma vardı, o da sistemi online'a almak. ESHOT'un bu konuda danışmanlık aldığı Ulusal Yazılım ve Sertifikasyon Merkezi raporunda da önerilen şekilde sistemi online'a taşındık. Takdir edersiniz ki 16 yıllık bir sistemi online'a taşımak kolay olmadı. Geçiş gecesi üst düzey yöneticilerimizle birlikte tüm ekibimiz sahaya indik. İşletmenlik olarak başladığımız bu yolculuk teknolojiyi ayağa kaldırmak, sistemi ayakta tutmak için büyük bir çabaya dönüştü. Online sistemler ulaşım projelerinde yapısal yetkinlikleri çerçevesinde sürekli kullanıma elverişli olmadığı için sistemde geçiş aşamasında beklediğimiz sorunlarla karşılaştık. Kamunun zarar görmemesi ve İzmirliğin mağdur olmaması için ekibimiz ve ESHOT büyük bir gayret içerisinde çalıştık. Sistem bileşenleri tarafımızca devredilmediği halde kamunun zarar

görmesini engelleyerek, sistemin ayağa kalkması için her türlü özveriye göstererek İzmirliğin yanında olduk.

### "İSTANBUL KART GÖRÜNÜMLÜ MANİPÜLASYON YAPTILAR"

**Bazı basın organlarında İstanbul Kart ile geçişler olduğu, ücretsiz aktarımlar yapıldığını gösteren videolar yayımlandı. Bu nasıl mümkün olabildi?**

İhale sonrası itirazları reddedilen eski yüklenici, kök anahtar ve sistem bile-



★ *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, 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](http://www.kuveytturk.com.tr)



**KUVEYTTÜRK**  
SAĞLAM BANKACILIK



şenlerini vermediği gibi, sisteme geçişi engellemek için teknik elemanlarıyla sahadaki cihazlara da müdahalelerde bulundu. Haziran ayında İzmir Büyükşehir Belediyesi, eski yükleniciye suç duyurusunda bulunmuştu. Biz de bilirkişi raporlarının da tamamlanmasıyla temmuz sonunda İzmir Cumhuriyet Başsavcılığı'na eski yüklenici ve teknik çalışanları hakkında suç duyurusunda bulunduk.

İstanbul Kart'ın ulaşımında nasıl geçtiğine gelince... Evet, görüntüdeki kart gerçek ama içeriği tamamen farklı. Sistem kasıtlı olarak sorunluymuş gibi gösterilmeye çalışılıyor. Hiçbir finansal kayba neden olmayan bu durum, tamamıyla kamuoyunu yanlış yönlendirmek amaçlı yapılmış bir manipülasyon. Bu durumun aksini yani farklı şehir kartlarının

sistemde geçmediğini noter tarafından tutanakla tespit ettirdik. Bu konu hukuki süreçte olduğu için şimdilik sadece bunun İstanbul Kart görünümü başka bir kart olduğunu söyleyebilirim.

### İzmir Büyükşehir Belediyesi neden kağıt bilet bastırmak zorunda kaldı?

Devredilmeyen sistemin yerine geliştirdiğimiz yeni sistemin hayata alınması sırasında ve sonrasında sisteme yapılan müdahaleler ve engellemelere rağmen sürekli alternatifler üreterek yaşanan sıkıntıları en aza indirmek için ESHOT ile birlikte çalıştık. Sistemde geçiş sürecinde yaşanan olumsuzluklar nedeniyle sorunlu olan kartlar için belediye ücret-



**İzmirliilerin otobüslerde, trende, metroda, vapur hatlarında kullanacağı "İzmirim Kart" çok yakında kullanıma sunulacak.**

Şu anda yeni kartların test süreci devam ediyor.



# UCUZ PARA TRANSFERİ



**6TL**'den başlayan fiyatlar

**ANINDA  
PARA GÖNDER AZ ÖDE**



HESABA  
IBAN'A



ALICININ  
İSMİNE



KREDİ  
KARTINA



**444  
1 788**

[www.ptt.gov.tr](http://www.ptt.gov.tr)



[/PTTKurumsal](https://www.instagram.com/PTTKurumsal)

[/PTT.Kurumsal](https://www.facebook.com/PTT.Kurumsal)

Posta  
Banka  
Lojistik



siz geçişe izin vermişti. Sorunlu olan kartların aktivasyon işlemlerinin yapılabilmesi için kısa bir süre için devreye alınan kağıt bilet uygulaması kamu mağduriyetini önlemek ve halkın sorunsuzca ulaşımını sağlamak için alınmış bir önlemdi. Kısacası bu da sistem zaafiyetinden kaynaklanmadı.

### “250 KİŞİLİK EKİPLE İZMİR’E ÇIKARMA YAPTIK”

#### Artık sistemin sorunsuz çalıştığını söylediniz. Bunu ne kadar sürede nasıl sağladınız?

Sorunların çok büyük bir kısmını ilk 8 gün içerisinde çözdük. Sadece 8 günde 16 yıllık sistemin yerine yeni sistemi devreye alarak ayağa kaldırdık. 250 kişiyle adeta İzmir’e çıkarma yaptık. İzmir’e özel bir Ar-Ge ekibi kurduk. Geçiş süresince 72 saat uyumadığımız oldu. Yolcu kartları üzerinde manipülasyon yapıldığını gördük, kart içindeki bakiyeler tespit edilemez duruma getirilmişti, veritabanına müdahale edilmişti, sistem kayıtlarına sağlıklı ulaşamıyorduk.

Belediyenin veritabanındaki bilgilerden yola çıkarak kart sahibinin bakiye bilgilerini görebildik ve o şekilde online olarak bakiye yükleyebildik. Sahada birçok tanımsız kartlarla karşılaştık. Yine validatörler üzerinde ayrı ayrı şifreleme yapılarak sistemin sabote edildiğini gördük. Sonuçta işletmeciler olarak kazandığımız ihale sonrasında kendi sistemimizi kurmak durumunda kaldık. Süreç içerisinde yaşanan birçok spekülasyonun içine çekilmeye çalışıldık. Projenin siyasetleştirilmesi bile gündeme taşındı. Ancak biz

bir teknoloji şirketiyiz. Hiçbir spekülasyonun parçası olmak gibi bir niyetimiz ve bakış açımız asla olamaz.

### “YENİ BAYİLİK İÇİN ÇOK SAYIDA TALEP VAR”

#### Yine basında, bayilere eski yükleniciden daha az komisyon verdiğiniz iddiası yer aldı...

Başta böyle bir algı oluştu ama kısa sürede gerçek görüldüğü için İzmir’deki mevcut bayilerin çok büyük bir bölümü neredeyse tamamına yakını ve sisteme yeni girenlerle sözleşme imzaladık. Komisyon oranımız bakıldığında eski yükleniciden düşük gibi görünüyordu. Ancak KDV oranı, aktivasyon ve bakım bedeli, cihaz depozitosu gibi tüm maliyetler hesaplandığında bizim teklifimizin çok daha cazip olduğu görüldü. Eski yüklenici, bayilerden ilk etapta belli bir tutarda aktivasyon bedeli alıyordu ancak bu bedel daha sonra bayiye iade edilmiyordu. Düşünün, yüzde 1 gibi komisyonların konuşulduğu bir sistemde çok ciddi bir ciroya karşılık gelen bir tutardan bahsediyoruz. Üstelik bayiler, aktivasyon bedelinin üzerine bir de cihaz (yükleme yapılan POS) depozito bedeli ödüyor. Ayrıca belli bir ciro karşılığında sabit bir bakım bedeli almıyordu. Bizse cihaz depozitosu dışında bayilerden hiçbir bedel almıyoruz. Bu da toplamda bizim verdiğimiz komisyonun çok daha yüksek olmasını sağladı. Nitekim bayiler bunu görünce hemen sözleşme imzaladılar. Yeni bayilik için de sırada çok sayıda talep var. Mevcut bayilerin yüzde 10-15’i civarında yeni bayilik vereceğiz. ⊖

### “TÜM BELEDİYELERİ UYARIYORUZ: KÖK ANAHTAR VE SİSTEM BİLEŞENLERİNİZİ KONTROL EDİN”



OneClick Genel Müdürü İbrahim Durak, İzmir’de eski yüklenici hakkında başlatılan hukuk sürecinin elektronik ücret toplama hizmetini dışarıdan alan tüm belediyeler tarafından yakından izlenmesi gerektiğini düşünüyor. Ardından da belediyeleri şu sözlerle uyarıyor:

“Offline olarak kullanılan ulaşım kartlarının güvenli olabilmesi için kök anahtarın mutlaka belediyelerin kontrolünde olması ve güvenli veri merkezlerinde tutulması gerekiyor. Tüm belediyeleri kök anahtar ve sistem bileşenlerini incelemeye çağırıyorum. İzmir’de ve gelecekte ihalelerini alacağımız tüm belediyelerde elektronik ücret toplama sistemini bankacılık güvenlik standartlarına yükseltmeyi amaçlıyoruz.”

# 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



# Çanakkale'de temassız ulaşım devri başladı



Yerli yabancı fark etmez; temassız özellikli kredi kartınız, banka kartınız, ön ödemeli kartınız veya cep telefonunuz varsa Çanakkale'deki belediye otobüslerine "göster-geç" binebilirsiniz...

**B**ankalararası Kart Merkezi (BKM) ve Kentkart'ın ortak çalışmasıyla hayata geçirilen Çanakkale Ulaşım Projesi sayesinde, hem Çanakkaleliler hem de yerli yabancı 2.5 milyon turist kolayca yolculuk edebilecek. Çünkü artık Çanakkale'deki tüm özel toplu taşıma araçları ve belediye otobüslerinde ödemeler temassız özellikli kredi kartı, banka kartı, ön ödemeli kart veya temassız ödemeyi destekleyen cep telefonlarıyla yapılabilir hale geldi.

Evet, BKM ve Kentkart'ın, Çanakkale Belediyesi'nin de katkısıyla geliştirdiği projeye Çanakkale'deki toplu taşıma hizmetlerinde temassız ödeme devri başladı. Artık yerli ve yabancı tüm temassız kredi kartları, banka kartları ve ön ödemeli kartlarla Çanakkale'deki tüm toplu taşıma araçlarında temassız ödeme yapılabilir. Temassız bankacılık kartlarıyla ödeme yapan kullanıcılara yerel toplu taşıma kartı Kentkart ile aynı tarife uygulanıyor.

## 2.5 milyon turist daha kolay seyahat edecek

Çanakkale, tarih ve kültür turizminde ülkemizin en çok turist çeken kentlerinden biri. Her yıl yaklaşık 750 bin turist bu kent sınırları içinde yer alan müze ve ören yerlerini ziyaret ediyor. Kamp ve anma etkinlikleri, deniz-güneş turizmi ve Eceabat şehitlik ziyaretleri için gelen konuklar da hesaba katıldığında turist sayısı 2.5 milyonu aşabiliyor.

Vatandaşların yanı sıra milyonlarca turist de özel ve belediye otobüsleriyle kolayca seyahat etmesine imkan tanıyan bu uygulama sayesinde Çanakkale'nin daha modern bir kente dönüşmesi, turizme daha fazla katkı sağlanması bekleniyor.

## "Teknoloji hayatı basitleştirmek için olmalı"

Bankalararası Kart Merkezi Genel Müdürü Soner Canko, projenin tanıtımı için düzenlenen etkinlikte, başta Çanakkale Belediyesi ve Kentkart olmak üzere emeği geçen herkese ve katkıda bulunan bankalara teşekkür etti. "Teknoloji hayatı basitleştirmeli"

diyen Canko, şu değerlendirmeyi yaptı:

"Türkiye, ödeme teknolojileri konusunda dünyanın en yenilikçi pazarlarından biri haline geldi. Bunda güçlü bankacılık sistemimizin rolü çok büyük. 'Kart' kavramının hayatımıza girdiği 1990'lı yıllardan bugüne alışveriş ve ödeme alışkanlıkları hızlı ve büyük değişimlere uğradı. Hayatı kolaylaştıran banka kartları, kredi kartları ve ön ödemeli kartlar, 'temassız' teknolojisi sayesinde daha da işlevsel hale geldi. Bu yenilik de ödemelerde hız, kolaylık ve basitlik anlamına geliyor.

'2023 Nakitsiz Ödemeler' hedefimiz doğrultusunda her geçen gün yeni bir başarıya imza atıyoruz. Toplu taşımada temassız ödemelerin mümkün kılınması da bu adımlardan biri. 'Teknoloji hayatı basitleştirmek için olmalı' anlayışını benimseyerek hayata geçirdiğimiz bu projeye hem Çanakkalelilere hem de yerli-yabancı turistlere büyük kolaylık sağlandı. Ulaşım projelerimize yenilerini eklemeye devam edeceğiz."

## Avrupa Liderlik Ödüllü akıllı ulaşım stratejisi

Kentkart Yurt İçi Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Ş. Burak Peksoy ise Kentkart'ın yazılım ve teknoloji altyapısıyla ulaşımında 17 yıldır ilklere imza attığını söyledi. Teknoloji ve yazılımın ayrılmaz bir bütün olduğunu vurgulayan Peksoy, sözlerini şöyle sürdürdü:

"Bugün Çanakkale'de temassız kartlar aracılığıyla yazılım teknolojilerinin ulaşım entegrasyonuna şahit oluyoruz. Şu an kentte 115 araçta elektronik ücret toplama sistemi başarıyla uygulanıyor. Şehirlerimizi bugünlere getirmek bizler için onur verici. Benzer çalışmalar Türkiye dahil 10 ülkede, 35 şehirde yürütüyor, akıllı sistemler ile toplu taşıma işletmelerinin ve yolcuların hayatını kolaylaştırmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Geçtiğimiz günlerde Londra'da verilen 'Ulaşım Akıllı Sistemler Ürün Karması Stratejisi 2015 Avrupa Liderlik Ödülü'nün de sahibi olduk. Kentkart olarak taktire layık görülen, yenilikçi çalışmalarımız devam edecek."



**Kitap** Katalog **Poster** Dergi **Broşür**

**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**

***Vatan 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.vatanofset.com](http://www.vatanofset.com)

# verisoft

## 30 yıllık birikimini mobil dünyaya aktarıyor

Ödeme sistemlerinin köklü şirketi Verisoft, faaliyetlerinde mobilin payını hızla artırıyor. Araçtan inmeden, elinizi bile oynatmadan akaryakıt alabileceğiniz bluetooth-beacon projesi, iPad'le anında kart basım sistemi, bu yolda atılan adımlardan sadece ikisi... Senegal'den başlayarak 10 Batı Afrika ülkesinin Ulusal Kart Sistemi kartlarının CPA JavaCard Appletlerinden başlayarak merkezi ve anında kişiselleştirilmesi, POS yazılımları ve NFC HCE mobil uygulamaları da Verisoft'a emanet...

ABDULLAH ÇETİN - acetin@psmmag.com



**T**ürkiye, kredi kartlarıyla 1960'lı yılların sonunda tanıştı. Kartların yaygınlaşması ve geniş kitleler tarafından kullanımı içinse 1980'li yılların sonunu beklememiz gerekti. Bu açıdan bakıldığında, 1985 yılında kurulan Verisoft'un modern anlamda Türk ödeme sistemleriyle yaşıt olduğunu söylemek mümkün.

İşte bu köklü şirket, önümüzdeki günlerde 30 yaşını kutlamaya hazırlanıyor. Verisoft'un kurucusu Onur Alver de ödeme sistemlerinde duayen olarak kabul edilen bir isim. Sektördeki birçok ilkte doğrudan veya dolaylı olarak imzası var.

Verisoft, çoğu mühendis 40 çalışanıyla POS, ATM, kiosk, EMV geçişi, anında kart basımı, kart kişiselleştirme gibi temel ödeme sistemleri ve çözümleri sunuyor. Şirketin sadakat uygulamaları, kart basım makineleri, hediye kartları, otomatik ödeme noktaları, HSM cihazları ve e-fatura/e-defter konularında da önemli projeleri var.

Ancak Verisoft'un Yıldız Teknik Üniversitesi Teknoparkı'ndaki merkezinde Onur Alver'le bulduğumuzda, yeni dönemde rotanın hızla mobile doğru çevrilmeye başladığını öğrendik...

### Önce kısaca ödeme sistemlerinin Türkiye'de geldiği noktayı özetleyebilir misiniz?



Türkiye ödeme sistemleri şu sıralar önemli bir dönüşüm süreci geçiriyor. Bu dönüşümün öncülüğünü de yeni nesil yazarkasa POS uygulaması yapıyor. Yeni dönemde POS cihazlarının sahipliği yasalar gereği bankalardan işyerlerine geçti. Yazarkasa POS üreticilerinin sorumluluğu arttı. İş modelleri de yine bankalardan bu üreticilerinin

TSM sistemlerine doğru yöneldi. Biz de Verisoft olarak POS üreticilerine ve bankalara bu alanda yazılım ve donanım hizmetleri sağlıyoruz.

Pek çok yazarkasa POS cihazının bankacılık yazılımlarını geliştirdik. Arçelik-Beko, İnfomatik ve İnfoteks cihazları için çalışmalar yaptık. Mikrosaray ile birlikte BKM TechPOS projesini hayata geçirdik. Bu uygulama Türkiye'deki 26 bankanın kartlarıyla aynı platform üzerinden işlem yapılabilmesini sağlıyor. Verisoft olarak TechPOS yazılımını geliştirdik ve tüm Visa ADVT ve MasterCard MTIP temash ve temassız testlerini başarıyla geçerek ilk onay alan firma Mikrosaray oldu.


**Onur Alver**

Böyle bir yazılımın geliştirilmesi ve test edilip sertifikasyon alması yaklaşık bir yıl sürüyor. BKM TechPOS'un avantajı tek bir yazılımla tüm bankaların üye işyeri hizmeti verilebilmesi. Eğer 26 bankanın hepsiyle ayrı ayrı bu işlemi yapmaya kalksanız herhalde en azından 4-5 yıllık bir çalışma gerekli olacaktır. TechPOS bankalara kendilerine özgü uygulamalar, kampanyalar, dinamik slipler geliştirme ve daha pek çok konuda esneklik sağlıyor. Her kesim için faydalı bir sistem. Bildiğiniz gibi yasa ve yönetmelikler, yazarkasa POS üreticilerine, istediği bankaya gidip kendilerine sistemlerini açmasını talep ettiğinde bankanın bunu 3 ay içerisinde sağlamasını gerektiriyor. Bu bakımdan bankalar için en pratik çözüm "BKM TechPOS sertifikasyonunu al, oradan bağlan!" olacaktır. Çünkü bankaların da onlarca farklı POS cihazı için tek, tek entegrasyon çalışması yapacak motivasyonu olduğunu düşünmüyorum.

### **Sabit yazarkasa dönüşümünün 2016 başına kadar tamamlanabileceğini düşünüyor musunuz?**

Sabit yazarkasa dönüşümünde de mobil EFT POS cihazlarında olduğu gibi en azından 6 ay erteleme bekleniyor. Hatırlanacağı gibi yazarkasa POS dönüşümünde de önce 6 ay, ardından faturası önceden alınmak kaydıyla birkaç ay daha derken 10-12 aylık bir erteleme olmuştu. Siyasi belirsizlik de elbette yaptırımlar açısın-

dan etkili olabiliyor. Nitekim mobil POS'larda beklendiği gibi tam bir geçiş olmadı. Örneğin, tüm yol kenarı otopark işletmelerinin yazarkasa POS'a geçmesi gerekiyordu. Oysa İSPARK bile hala bu geçişi yapmadı. Bu konuda sıkı bir takip ve baskı olduğunu söylemek mümkün değil. Özellikle seçim dönemlerinde piyasayı sızdırmak istemiyorlar sanırım. Ancak sonuçta tren kalktı ve er veya geç istasyona varacağını düşünüyorum. Çünkü bu Türkiye'nin yararına, özellikle de teknoloji ihracatına katkıda bulunacak bir proje. Sonuçta vergi toplayamamak sadece Türkiye'nin sorunu değil. Yunanistan'ın durumu ortada. Bu projeyi bizden alıp kendi ülkelerine adapte etmek isteyen birçok devlet olacaktır.

### **Ödeme sistemlerinin geleceğini nasıl görüyorsunuz?**

Şu bir gerçek; tüm dünyada ödeme sistemleri mobile doğru gidiyor. iOS ve Android işletim sistemlerinin akıllı telefonlarla mobil ödemeyi mümkün kılması bu süreci hızlandırıyor. Bu konuda Apple Pay önemli bir ivme getirdi. Neredeyse 10 yıldır NFC konuşuluyor ama bir türlü harekete geçilmemişti. Şimdi birçok ülkede pilot veya kalıcı uygulamalara şahit oluyoruz. Google'ın Android Kit Kat sürümü ve HCE (Host CardEmulation) teknolojisi de bu süreci hızlandırıyor.

## **iPAD'DE KART KİŞİSELLEŞTİRMESİ VE ANINDA KART BASIMI**

Verisoft'un ilk etapta Kuveyt için tasarladığı ve yakında diğer pazarlarda da ilgi görmesini beklediği bir çözümü dikkat çekiyor. Bunu, iPad aracılığıyla kart kişiselleştirme ve anında kart basımı olarak özetlemek mümkün. iPad'in arka kısmına kart okuyan bir aparat eklenmiş. Kuveyt'te müşterinin ulusal kimlik kartındaki isim, soyisim, doğum yeri, tarihi, fotoğrafı, kimlik no gibi bilgiler bu özel kılıf sayesinde okunuyor. Müşteri kendisine döndürülen iPad ekranına adres, e-mail

ve telefon bilgilerini giriyor ve kartının şifresini belirliyor, özel bir kalemle dijital ıslak imzasını girip onaylıyor. Gerekirse müşterinin fotoğrafı ve pasaport ve vize sayfalarının fotoğrafları da çekiliyor. Banka çalışanı iPad ekranını kendine döndürüp onayı verdikten sonra bilgiler kart basım makinesine gidiyor ve anında banka veya kredi kartı basılıp 2 dakika içinde müşteriye yeni kartı, kendi tercih ettiği şifreyle kişiselleştirilmiş olarak teslim ediliyor.



## Verisoft, mini ya da farklı POS'ların

kafe-restoran gibi mekanlardaki yazarkasa POS'larla senkronize kullanılabilmesi için de geliştirmeler yapıyor



Verisoft olarak en önemli faaliyet alanımız, bankalar için temash ve temassız EMV kartlarının kişiselleştirme çalışmaları. Merkezi olarak, anında kart basımı ve sunumu veya kiosklar aracılığıyla bu işlemleri yapıyoruz. Aslında temassız EMV kart uygulamasının NFC ile yapılan mobil uygulamadan pek bir farkı yok. Yine cihazınızı tıpkı bir kart gibi kişiselleştiriyorsunuz. Aradaki fark, mobildeki işlemlerin “buluttan” yapılması. Dolayısıyla Verisoft olarak NFC tabanlı mobil uygulamalar için de kart çıkaran bankalarla çalışmak için hiçbir engelimiz yok.

### POS cihazları ve yazılımları açısından mobile yönelik ne gibi çalışmalar yürütüyorsunuz?

Bağımsız ya da mevcut yazarkasa POS cihazlarıyla paralel olarak işlem yapan mini POS cihazları üzerine yoğunlaştık. Geçen hafta İspanyol FLYPOS cihazlarının Türkiye distribütörlük anlaşmasını imzaladık. Bunun yanı sıra yurtdışından farklı mPOS ve tablet kasa modelleri getirip Türkiye koşullarına uyarlıyoruz.

Halen Güney Amerika ülkelerinde yaygın olarak kullanılan mPOS cihazları için Türkiye’de de çok büyük bir potansiyel var. Özellikle de yazarkasa muafiyeti olan küçük esnaf için. Pazarcı, simitçi, taksici, boya-badanacı, elektrik-su tamircisi gibi genelde kayıt dışı çalışan bir kesimi kayıt altına almak için önemli bir fırsat yaratabilir. Temashlı temassız tüm kartları okuyabilen, NFC teknolojisiyle mobil cihazdan ödeme alabilen bu cihazların maliyeti yazarkasa POS’a göre çok düşük. Mini ya da farklı POS’ların kafe-restoran gibi mekanlarda kullanılan yazarkasa POS cihazlarıyla entegre, senkronize halinde kullanılabilmesi için de geliştirmeler yapıyoruz. Bir restoran düşünün, içerde 10 garson var. İşletme sahibi 10 tane yazarkasa POS cihazı alsa yaklaşık 7-8 bin dolar harcaması gerekiyor. Oysa bu mini cihazlar yazarkasa POS cihazıyla bağlantılı olarak işlem yapabiliyor. İşlem yine ana cihaz üzerinden geçecek, resmi yazarkasa fişi yine oradan alınacak. Ancak tüm işlemler paralel olarak bu mini cihazlarla yapılabilecek. Her garsona bu cihazlardan dağıtarak maliyeti düşürmek mümkün olabilecektir.

Bu sahada yaptığımız yeni bir uygulama da Garanti Bankası’yla beraber geliştirdiğimiz Pegasus Inflight yazarkasa POS uygulaması olacak. Uçuş sırasında yapılan tüm satışlar bu çözümle yasanın emrettiği şekilde perakende satış fişi üretecek.

Çok yakında çözümlerimizi taksilerde, simitçilerde, plajlarda görmeye başlayacaksınız. Aslında zaten hayatınızı kolaylaştıran birçok noktada, örneğin TAV’ın işlettiği havalimanlarında TAV Passport hızlı geçiş noktalarında, otopark vale hizmetlerinde,

otopark ücretinizi kredi kartınızla öderken Verisoft çözümleriyle yapıyorsunuz.

Tabii, sadece Türk vatandaşlarının değil, ABD Londra Büyükelçiliği’nde kurulu Metro Bank InstantEMV sistemiyle anında kredi kartları vererek Amerikalıların da hayatını kolaylaştırıyoruz.

### Mini POS ve benzeri konularda adım atmak için sanırım Maliye Bakanlığı ve Gelir İdaresi başta olmak üzere karar vericilerin irade beyan etmesi gerekiyor...

Evet, sektör olarak idarenin bu konularda daha liberal bakış açılarını getirmesi, daha pratik ve inovatif uygulamaların önünü açmasını bekliyoruz. Düşünün, yazarkasa POS cihazlarına kurşun mühür basılıyor. Neden? Yetkisiz kişiler açıp içine müdahale edemesin diye. Oysa bizzat bizim kanunlarımız, elektronik cihazlar üzerinde kurşun kullanılmasını yasaklıyor. AB yasalarının da sağlığa çok zararlı olduğu bilinen kurşun kullanımıyla ilgili kesin kararları var. Öte yandan, PCI PTS 3.1 ve üzeri güvenlik standartları günümüzde zaten cihaza müdahaleyi imkansız hale getiriyor. Dijital imza sistemi, üreticiye hangi uygulamanın hangi firma tarafından geliştirip yüklendiği, ne zaman hangi değişikliklerin yapıldığı konusunda kesin bir denetim imkanı veriyor. Bu sayede yetkisiz girişler, müdahaleler, kopyalama, çalıma gibi riskler engellenebiliyor. Geçenlerde Bulgaristan’a giriş yaparken, pasaport kontrolünde “Dönüş biletinizi gösterin” dediklerinde iPad’imden elektronik biletimi gösterdim. Komşu “Damgayı ekrana mı basayım, ha ha ha!” diye güldü. Kredi kartları çıktığında da bazı mali müşavir ve muhasebecilerde değerli kağıt olması nedeniyle kredi kartlarının üzerine damga pulu yapıştırmak gerekir mi, gerekmez mi tartışması çıkmıştı.

Bizce tamamen online çalışan, GPRS, Ethernet veya WiFi bağlantılı, 2048 bit SSL çalışan, AES-256 ile şifreleme yapan bir cihaza kurşun mühür basmak veya PCI PTS 3.1 güvenli hafızası olan bir cihaza mali hafıza takmak biraz absürd kaçıyor.

Yine çok yakın bir geçmişte 7 nüsha uçak biletleri vardı ve bunları basan sadece bir ya da iki dot matrix yazıcı vardı, onunla bilet basardık, zinhar başka türlü bilet basılmaz denilirdi. Dünya giyilebilir bilgisayarlar, Apple Pay, Apple Watch ile ödeme yapmaya giderken bu yasal engeller nedeniyle dünyanın en ileri kart teknolojisine sahip Türkiye, dünyada tabletler, mobil cihazlar, giyilebilir cihazlar, nesnelerin internetinde geriye doğru zorlanıyor. Ya da bizim yaptığımız gibi ABD, Kanada, İngiltere ve Dubai’deki



## PARMAĞINIZI BİLE OYNATMADAN AKARYAKITINIZI ÖDEYEBİLİRSİNİZ!

Verisoft, mobil ödeme konusunda şu sıralar BLE (Bluetooth Low Energy) teknolojisini temel alan bir proje üzerinde çalışıyor. Şirket, bu proje için TÜBİTAK TEYDEB desteği kazanmış. Onur Alver, bluetooth-beacon teknolojisini temel alan bu projenin ayrıntılarını şöyle anlatıyor: "TOTAL'le birlikte geliştirdiğimiz bu projenin temeli aslında 'taşıt tanıma'ya dayanıyor. Aracın içine kendi geliştirdiğimiz bir BLE modül yerleştiriyoruz. Araç pompaya yanaştığında pompa plakasından onu tanıyor ve araçtaki bilgisayardan tüm teknik bilgiler aktarılıyor. Pompaları



kontrol eden ana sistemde de yine bir beacon cihazı bulunuyor. Böylece sistem daha önce tanımlanmış ödeme yöntemiyle tahsilatı otomatik olarak yapıyor. Sürücünün, pompacının, kasa görevlisinin ekstra hiçbir işlem yapması gerekmiyor. Tüm bu süreç araç veya filo

sahipleri tarafından anlık takip edilebiliyor. Araca ve istasyonlara kurulacak beacon cihazları ve bluetooth altyapısıyla birlikte sistemin tüm yazılımını Verisoft olarak biz sağlayacağız. Kendi özel beacon cihazlarımızı tasarlıyoruz. Türkiye'de, kendi bünyemizde üreteceğiz." Alver, BKM'nin TOTAL istasyonlarında başlattığı yüz yüze mobil ödeme uygulamasının entegrasyon yazılımını da Verisoft'un geliştirdiğini hatırlatıyor. "Verisoft olarak TOTAL'in tüm loyaltı (sadakat) uygulamalarını biz yazıyoruz. Temassız sadakat kartlarını biz üretip kişiselleştiriyoruz" diyor.

şirketlerimizde bu yeni teknolojileri satarken, Türkiye'de kurşun mühürlü yazarkasalara ne kadar izin verilirse o kadarıyla sınırlı yazılımlar üretmeye devam edeceğiz. Ancak yakında sektörün önde gelen oyuncuların ve devletimiz rasyonel bir noktada buluşup inşallah bizlerin önünü ve ufkunu açacaklarına inanıyoruz.

### İhracat ağırlıklı çalışan bir firma olduğunuzu biliyoruz. Bu konuda yeni gelişmeler var mı?

Yıldız Teknik Üniversitesi Teknoparkı'ndaki merkezimizin yanı sıra Kuveyt, Birleşik Arap Emirlikleri, Kanada, ABD, Bosna-Hersek ve İngiltere'de ofislerimiz var. Yaklaşık 30 ülkedeki müşterilerimize ürün ve çözümler sunuyoruz. Son dönemlerde ABD ve Kanada pazarına yönelik yeni POS çözümleri üzerinde çalışıyoruz. Ciromuzda ihracatın payı yüzde 80'lere kadar yükseldi. Yurtdışı pazarlarımız Ortadoğu, Orta Avrupa, Kanada ve ABD şeklinde dağılıyor. Son yıllarda Afrika'ya da açıldık. Afrika'da üç ülkede çözümlerimiz var: Nijerya, Senegal ve Kamerun. Senegal'de büyük bir proje için ilk adımı attık. Senegal'in ulusal kart sistemi oluşturuluyordu. İhale açıldı ve biz kazandık. Verisoft olarak kart kişiselleştirmesi, POS yazılımları ve Glo-



bal Platform CPA kart applet üretimi de dahil bu süreçte destek oluyoruz. Applet üretimi derken kartın içindeki çipin Java kodunu yaptık, EMVCO Common Person Application (CPA) standardına uygun bir jenerik ulusal EMV kartı tasarladık. Tıpkı MasterCard MCHIP veya Visa VSDC gibi EMV ödeme appletleri gibi, Senegal'in ulusal kartı Wari'nin yazılım kodunu oluşturduk. Bu kart sistemi Senegal'de başlayıp kısa sürede 10 Batı Afrika ülkesini kapsayacak bir ulusal/bölgesel EMV kart standardı olacak.

### Nasıl oldu da Afrika gibi farklı bir pazarda böyle iddialı bir projeyi üstlenebildiniz?

Aslında bu konuda Nijerya'da önemli bir deneyim kazanmıştık. Yaklaşık 160 milyon nüfusu olan bu ülkede kart kişiselleştirmesi hizmeti veriyoruz. Oradaki milli kart sistemleri VERVE ve eTRANZACT sistemlerinin nasıl işlediğini tüm detaylarıyla öğrendik. Sonra da bu deneyimi Senegal'de kullanmaya karar verdik. Şimdi 10 Batı Afrika ülkesinde yaklaşık 10 milyon kişilik bir pazar öngörüyoruz. Bir sonraki aşamada da Wari'nin mobil uygulamaları olacaktır.

## INSTANT EMV KIOSK'UN PARMAK İZİ TANIYANINI DA YAPTILAR

Verisoft'un kullanıcıya istediği görsel ve tasarımla anında kart basma imkanı sunan Instant EMV Kiosk'unu geçen sayılarımızdan birinde tanıtmıştık. Onur Alver, geçen şubat ayında ABD Salt Lake City'de düzenlenen 8. "Smart CardAlliance " Ödeme Sistemleri Zirvesi'nde tanıtılan bu cihazla ilgili gelişmeleri de şöyle paylaşıyor: "Bu yeni nesil kioskularımıza ABD, Kanada ve Ortadoğu'dan yoğun ilgi var. Amaca, ihtiyaca ve talebe göre yeni modeller geliştiriyoruz. Örneğin bazı ülkelerde ulusal kimlik kartı ya da pasaport kimlik doğrulaması için parmak izi okuyucusu istiyorlar. Biyometrik sistemle müşteriyi tanımlayan modeller geliştirdik. Klavye yerine dokunmatik ekranı olan, PIN pad ve kart okuyuculu modeller için sipariş aldık. İngiltere'deki bir üreticiye de onların markasıyla üretim yapacağız. Yazılımını da biz sağlayacağız. Ayrıca Türkiye'nin en büyük üç bankasından biriyle yakında pilot uygulamaya başlıyoruz. Seçim nedeniyle bankalar bu tür cihaz ihalelerini yavaşlattı. 2016'dan itibaren alımların yeniden canlanacağını, bizim cihazımıza da ilginin artacağını düşünüyorum."





# Yeniden yapılandılar tahsilat rekoru kırdılar



Hukuk, Kredi İzleme ve Takip birimlerini yeniden yapılandıran VakıfBank, geçen yıl 1 milyar TL'si anapara olmak üzere 1 milyar 250 milyon TL tahsilat sağladı. Hukuk İşleri Başkanlığı, 2 merkez müdürlüğü, 10 bölge müdürlüğü ve 8 büroda 125'i hukukçu toplam 215; Kredi İzleme ve Takip Başkanlığı ise 5 merkez müdürlüğü, 5 bölge müdürlüğü ve 4 büroda 180 kişiyle hizmet veriyor...



# V

akıfBank Hukuk, Kredi İzleme ve Takip birimleri, geçen yıl birçok bankanın ilgili birimlerine fark attı. 2014 yılında teşkilat yapısını, kadrolarını, iş yapış yöntemlerini ve çalışma alışkanlıklarını değiştiren bu birimler; bölge birimleri ve şubelerle

koordinasyon ve işbirliğinin geliştirilmesine de büyük katkı sağladı.

Yönetim Kurulu ve Genel Müdürlük düzeyinde verilen destekle hayata geçirilen bu değişiklikler sayesinde 2014 yılında, 1 milyar TL'si anapara olmak üzere toplam 1 milyar 250 milyon TL tahsilat sağlandı. VakıfBank Genel Müdür Yardımcısı Mehmet Emin Karaağaç, iyileşmenin bu yıl da artarak devam ettiğini vurguluyor.

Evet, bu ay "Aynı Ekibi" sayfamıza VakıfBank Hukuk, Kredi İzleme ve Takip birimlerini konuk ettik. Genel Müdür Yardımcısı Mehmet Emin Karaağaç yönetiminde verimli bir dönem geçiren ekibin yapısını, neler yaptıklarını, yeniden yapılanmanın perde arkasını ve sonuçlarını öğrenmeye çalıştık.

Dr. Alp Tolga Şimşek'e bağlı Hukuk İşleri Başkanlığı; 2 merkez müdürlüğü, 10 bölge müdürlüğü ve 8 büroda 125'i hukukçu toplam 215 personelle hizmet veriyor.

Mikail Hıdır'a bağlı Kredi İzleme ve Takip Başkanlığı ise 5 merkez müdürlüğü, 5 bölge müdürlüğü ve 4 büroda 180 personelle faaliyet gösteriyor.

### **Başarının kaynağı yeni sistem**

2014'ün Hukuk, Kredi İzleme ve Takip birimlerinin yeniden yapılandırıldığı bir yıl olduğunu söyleyen Mehmet Emin Karaağaç, "Teşkilat yapımızı, kadrolarımızı, iş yapış yöntemlerimizi, çalışma alışkanlıklarımızı değiştirdik. Bölge birimleri ve şubelerle koordinasyonu ve işbirliğini geliştirdik" diyor.



**Mehmet Emin  
Karaağaç**

**Yönetim Kurulu ve Genel Müdürlük**  
düzeyinde verilen destekle hayata geçirilen  
değişiklikler sayesinde 2014 yılında, 1 milyar TL'si  
anapara olmak üzere toplam  
1 milyar 250 milyon TL tahsilat sağlandı.





Dr. Alp Tolga  
Şimşek

Mikail Hıdır

Mehmet Emin  
Karaağaç

Geçen yılki başarıyı yeniden yapılanmaya bağlayan Karaağaç, yeni bir sistem kurduklarını; bu sistemin de kişilere bağlı değil, tamamen kurumsal bir yapı olduğunu vurguluyor.

### 1 milyar 250 milyon TL tahsilat sağlandı

Yeniden yapılanmanın en belirgin göstergesi ise tahsilatlar da oldu. VakıfBank, geçen yıl takipli alacaklardan, 1 milyar TL'si anapara olmak üzere toplam 1 milyar 250 milyon TL tahsilat sağladı. Aynı zamanda 1 milyar TL'nin üzerinde kredi takip hesaplarına intikal etmeden çözümlendi. Bu da

sektörün takipteki kredi oranı artarken VakıfBank'ta azalma sağladı.

Mehmet Emin Karaağaç, iyileşmenin bu yıl da artarak devam ettiğini belirtiyor. Bu sonucun varlık satışıyla değil takibe intikali azaltan ve tahsilatı artıran tedbirler sayesinde sağlandığını vurgulayan Karaağaç, ekip çalışmasının önemini şu sözlerle özetliyor:

“Bu başarılı sonuçlar özellikle Hukuk, Kredi İzleme ve Takip birimlerimizde çalışan arkadaşlarımızın üstün gayretleriyle elde edildi.”

### Şubeler tahsilat sürecine dahil edildi, personel ödüllendirildi

Karaağaç, takipteki krediler için ayrılan özel karşılıkların şube mizanlarına yansıtıldığını, bu sayede şubelerin takip ve tahsilat süreçlerinin dışında bırakılmasının önlendiğini anlatıyor. Ardından da “Herkes elini taşın altına koydu ve bu sayede şubelerin tahsilat süreçlerinin dışında tutulması hatasından dönülmüş oldu” diye ekliyor.

VakıfBank adına bir diğer önemli gelişme de şubelere, yakın izlemedeki ve takip hesaplarındaki kredilerin ödeme planına bağlanması ve tahsil edilerek tasfiye edilmesi konusunda geniş yetkiler verilmesi oldu. Bu yolla tahsil edilen faiz tutarının yüzde 25'i şube personeline ödül olarak dağıtıldı. Kampanyada başarılı olan 47 şube prime hak kazandı.

### Küçük dosyalara dikkat!

Mehmet Emin Karaağaç, VakıfBank'ta takibe intikal eden tutarın yaklaşık yüzde 90'ını 500 bin TL'nin altındaki kre-





dilerin oluşturduğunu söylüyor. Sonra da küçük dosyaların önemini bir örnekle şöyle açıklıyor: “Diyelim ki şube başına aylık 100 bin TL takibe intikal yapıldı. Bu da 900 şubemiz için toplam 90 milyon TL’lik takibe intikal rakamına işaret ediyor. Bu yüzden küçük dosyalara özellikle dikkat edilmesi gerektiğini düşünüyorum. Her bir şubemize 2015 yılında sorumlu kredi dönüşüm oranını yüzde 10 azaltma hedefi verildi. Umuyoruz ki tüm şubelerimiz bu konuda başarılı bir yıl geçirecek.”

### Yenilikler olumlu sonuçlar verdi

VakıfBank, yeniden yapılanma kapsamında birçok yeni uygulamayı hayata geçirdi. Ticari kredilerin takip hesaplarına intikal etmeden tahsil ve tasfiye edilebilmesi için gerekli tedbirler erken ve etkili bir biçimde alınmaya çalışıldı. Bu sayede çok sayıda sorunlu ticari kredi dosyasının takip hesaplarına aktarılmadan çözüldüğünü belirten Mehmet Emin Karaağaç, bireysel nitelikli kredilerin takibe intikalini azaltabilmek için de çok yakında özel bir firmadan çağrı merkezi hizmeti alacaklarını açıklıyor.

VakıfBank’ın kadrolu avukatları da yeniden yapılanma çalışmalarını sonrasında takip süreçlerinde yerine getirilmesi gereken işlemleri ve hedef süreleri içeren talimatları etkin bir şekilde uygulamaya başladı. Karaağaç, “Avukatlarımız yüksek tutarlı dosyalara ilişkin bilgileri güncelleyerek şubelerimize gönderiyor. Gerek bizzat bizlerin gerekse bölge hukuk ve takip müdürlerinin bölge ziyaretleriyle bir taraftan bölge birimleri ve şubelerle koordinasyonu artırılırken, diğer taraftan borçlularla yerinde görüşmeler yapılıyor” diyor.

### 154 sözleşmeli avukat ve 10 bini aşkın dosya denetlendi

Karaağaç, önümüzdeki dönemde de büyük dosyalarda yeni

## Önemli olan, çalışma alışkanlıklarının ve iş yapma yöntemlerinin değişmesi ve iyileşmesi.

taahhütler olacağını düşünüyor. Bu beklentinin nedeni ise bölge birimlerinin artan performansının yanı sıra yüksek miktarlı risklerin merkezden de etkin bir şekilde izlenmeye başlanması. Buna ek olarak, farklı nitelikteki dosyalar için pratik çözümler üretilerek hem dosya sayısının azaltılması hem de tahsilattaki artışın sürdürülmesi hedefleniyor.

Bu süreçte sözleşmeli avukatların yeteri kadar performans sergileyemediğini tespit ettiklerini, bu yüzden dosyaların yerinde denetimi sistemini kurduklarını ifade eden Karaağaç, sözlerini şöyle sürdürüyor:

“Arkadaşlarımız haziran ayı itibarıyla 49 ilde 154 sözleşmeli avukatı ve 10 binin üzerinde dosyayı yerinde denetledi. Bu yılın sonuna kadar da belirli dosya sayısına ulaşan tüm sözleşmeli avukatlarda Türkiye genelinde ilk denetimleri tamamlamayı planlıyoruz.”

VakıfBank, aynı dönemde takipteki kredilerin teminatında yer alan araç ve gayrimenkullerin paraya çevrilmesi işlemlerine de hız verdi. Karaağaç, “Bütün bu çalışmalara rağmen henüz dosyalardaki tüm sorunların giderilmediğinin farkında olduğumuzun da bilinmesini isterim. Sonuçta yıllar içinde birikmiş çok sayıda dosya var. Burada önemli olan, çalışma alışkanlıklarının ve iş yapma yöntemlerinin değişmesi ve iyileşmesi ki bu alanda son bir yılda önemli mesafeler kat ettiğimizi düşünüyorum.”

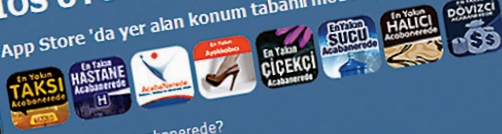




# Ürüne müşteri değil

## IOS UYGULAMALARIMIZ

App Store'da yer alan konum tabanlı mobil uygulamalarımız...



- » En Yakın Taksit Acabanerede?
- » En Yakın Hastane Acabanerede?
- » Acabanerede?
- » En Yakın Ayakkabıcı Acabanerede?
- » En Yakın Çiçekçi Acabanerede?
- » En Yakın Sucu Acabanerede?
- » En Yakın Halıcı Acabanerede?
- » En Yakın Dövizci Acabanerede?



## ANDROID UYGULAMALARIMIZ

Google play'de yer alan konum tabanlı mobil uygulamalarımız...



- » En Yakın Taksit Acabanerede?
- » En Yakın Hastane Acabanerede?
- » Acabanerede?
- » En Yakın Ayakkabıcı Acabanerede?
- » En Yakın Çiçekçi Acabanerede?
- » En Yakın Sucu Acabanerede?
- » En Yakın Halıcı Acabanerede?
- » En Yakın Dövizci Acabanerede?

# müşteriye ürün bulduracak



**K**amuoyu Doğan Ufuk Güneş'i Yazılım Sanaicileri Derneği (YASAD) Başkanı olarak tanıyor. İki dönemdir dernek başkanlığını yürüten Güneş, sektörün avantaj ve sorunlarını sık sık dile getiren demeçleriyle ve örnek projelerle gündeme geliyor. Ancak şu sıralarda kurucusu olduğu şirkette de yoğun bir mesai içinde.

Güneş, sektörün belki de ilk şirketlerinden biri olan Korgün Yazılım'ın kurucusu. Şu günlerde yoğun bir çalışma içinde dedik çünkü Korgün Yazılım, yeni bir "sanal AVM" açmaya hazırlanıyor. Güneş, hem şirket müşterileri hem de tüketiciler için yeni bir deneyim sunmaya hazırlandıklarını söylüyor. Adı "Qerata" olan sitenin özelliklerini anlatmadan önce biraz geçmişe gidelim ve Korgün Yazılım'ın nasıl kurulduğunu, bugüne kadar ne iş yaptığını Güneş'ten dinleyelim...

### Basınla başladı, aile mesleğinin avantajını kullandı

Doğan Ufuk Güneş'in bilgisayarla tanışması 1982 yılında İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nde öğrenciyken olmuş. "O tarihlerde ülkede çok az sayıda bilgisayar vardı, birkaçı da bizim okuldaydı. Okulun o biriminde çalışmaya başladım" diyen Güneş, daha sonra Günaydın grubuna transfer olmuş. Gazetenin muhasebe ve bilgi işlem altyapısını kuran Güneş, o

dönemde basında bu alandaki ilk adımı kendilerinin attığını anlatıyor.

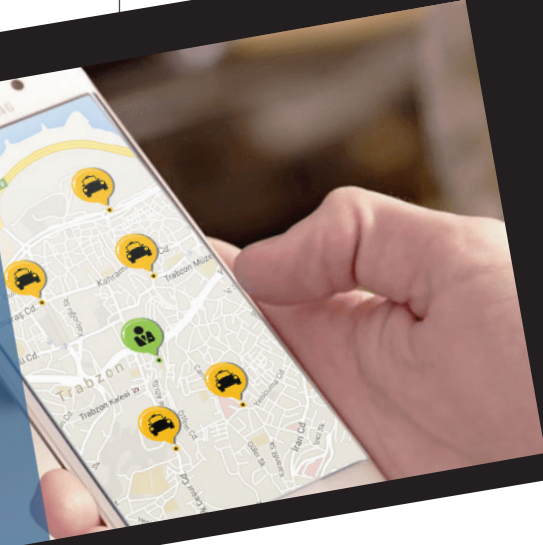
Basında edindiği deneyimin ardından 1990'larda kendi şirketini kurmaya karar veren Güneş, ayakkabı üreticileri için geliştirdiği yazılımlarla sektöre giriş yapmış. Ayakkabı sektörünü seçmesinin nedeni ise aile mesleğine dayanıyor. Güneş, bu süreci şöyle anlatıyor:

"Ayakkabıcılık aile mesleğimiz. Hem sektörün işleyişini biliyordum hem de önemli ayakkabı üreticileriyle bağlantımız vardı. Bu sektör için önce üretim yazılımları yaptık. 1990'larda üreticiler mağazalaşmaya başlayınca üretim yazılımlarının yanı sıra perakendecilik yazılımlarına da ihtiyaç arttı. Bunun üzerine biz de perakendecilik alanına yazılım üretmeye başladık. Birkaç mağazayla başlayan bu süreç, zincir mağazaları getirdi. Haliyle biz de zincir mağaza otomasyon yazılımlarına yoğunlaştık. Şu anda Türkiye'deki ayakkabıcılık sektörü oyuncularının çok büyük bir kısmı bizim yazılımları kullanıyor. Bu da yaklaşık 1.600'ün üzerinde mağaza 700'ün üzerinde üretim tesisi demek."

Güneş, bu alandaki yazılımlarının Rusya, Kazakistan gibi ülkelerdeki üreticiler tarafından da kullanıldığını vurguluyor. Bir başka deyişle Korgün Yazılım, ihracat da yapan bir şirket. Güneş, Türkiye'nin şu anda Avrupa'nın en büyük ikinci ayakkabı üreticisi olduğunu, bir dönem Uzakdoğulu firma-

Başta ayakkabıcılar olmak üzere perakende sektörüne yönelik yazılımlar geliştiren Korgün Yazılım, yine başta ayakkabı olmak üzere tük tuş ile alışveriş yapılabilecek bir online alışveriş platformu kuruyor. Hedef, veri madenciliğiyle ihtiyacı önceden tespit edip; hem mağaza sahiplerine hem de müşterilere zaman ve para kazandırmak...

ESİN GEDİK - esin.gedik@gmail.com



lara kaptırılan pazarın yeniden alındığını da sözlerine ekliyor.

### GSM'le birlikte mobilde de büyüdü

Korgün Yazılım, teknolojinin gelişmesiyle ürün yelpazesini de genişletmiş. 2006-2007 yılları şirket açısından dönüm noktası olmuş. Güneş, "Bu dönemde mobil alana yoğunlaşmaya karar verdik ve ilk ürünlerimizi çıkardık. Aynı dönemde Turkcell ile cep telefonu üzerinden mağaza otomasyonuna başladık" diyor.

Daha sonra ise art arda mobil uygulamalar gelmeye başlamış. Gerek klasik telefonlar yani SMS gerekse akıllı telefonlar üzerinden yapılan ciddi uygulamaları olduğunu anlatıyor. Türkiye'nin en çok indirilmiş uygulamalarının kendilerine ait olduğunu da vurguluyor.

Korgün Yazılım'ın Türkiye'de ilk defa en yakın taksi durağı, en yakın hastane, en yakın çiçekçinin sorgulandığı uygulamaların yanı sıra "Acaba nerede" adlı bir çözümü de var. Güneş, bu çözümü şöyle anlatıyor:

"İzin verildiğinde kullanılan bir uygulama bu. Anne çocuğunu ya da şirketler çalışanlarının nerede olduğunu bu uygulama sayesinde öğrenebiliyor. Bunlar bireysel kanadı oluşturan çözümler. Bir de kurumsal çözümlerimiz var. Örneğin şirketler satın alma işlemlerinin tamamını mobil cihazlar üzerinden yapabiliyor. Satıcı, müşterinin yanına gidip sipariş alabiliyor onu hemen merkeze bildiriyor, çalışanın gerçekte müşteriye ziyaret edip etmediği de öğrenilebiliyor."

Korgün bünyesinde şu anda üretim, perakende, mobil, bulut çözüm ve ürünleri var. Güneş, Türkiye çapına yayılmış 35 alt bayi ve iş ortağıyla yazılım ürettiklerini söylüyor.

### Mesai yok, şirketin kapısı her saat açık

"Bizim işimiz namekan ve nazaman. Yazılımın özelliği bu; sabah 9 akşam 6 mesaisine hapsederseniz işiniz yürür ama verim düşer" diyen Güneş, ABD ve Avrupa'da sıkça rastladığımız esnek çalışmayı Korgün Yazılım'a da taşımış. Gerçekçesini de şöyle açıklıyor:



Doğan Ufuk Güneş

"Bir fabrikanın müdürü sabah 9'da bir elektrik teknisyeninin ne yaptığını bilir ama ben bizde çalışan bir mühendisin günün herhangi bir saatinde nerede olduğunu, ne iş yaptığını bilmem, merak da etmem. İster ofiste, ister evinin bahçesinde, ister gece ister gündüz çalışır. Önemli olan işin istenen zamanda ve kalitede tamamlanması. Ar-Ge gönül işidir, memur işi değil. Bu yüzden bizim şirketin ne açılma ne kapanma saati vardır."

### Perakende üçüncü evreye girdi

Teknolojinin gelişimiyle birlikte perakendecilik sektöründeki alışkanlıklar da değişiyor. Artık mağaza otomasyonlarının üçüncü evreye girdiğini ifade eden Güneş, bu süreci şöyle



## ÇAPRAZ SATIŞ MODELİ VE TEK TUŞLA ALIŞVERİŞ

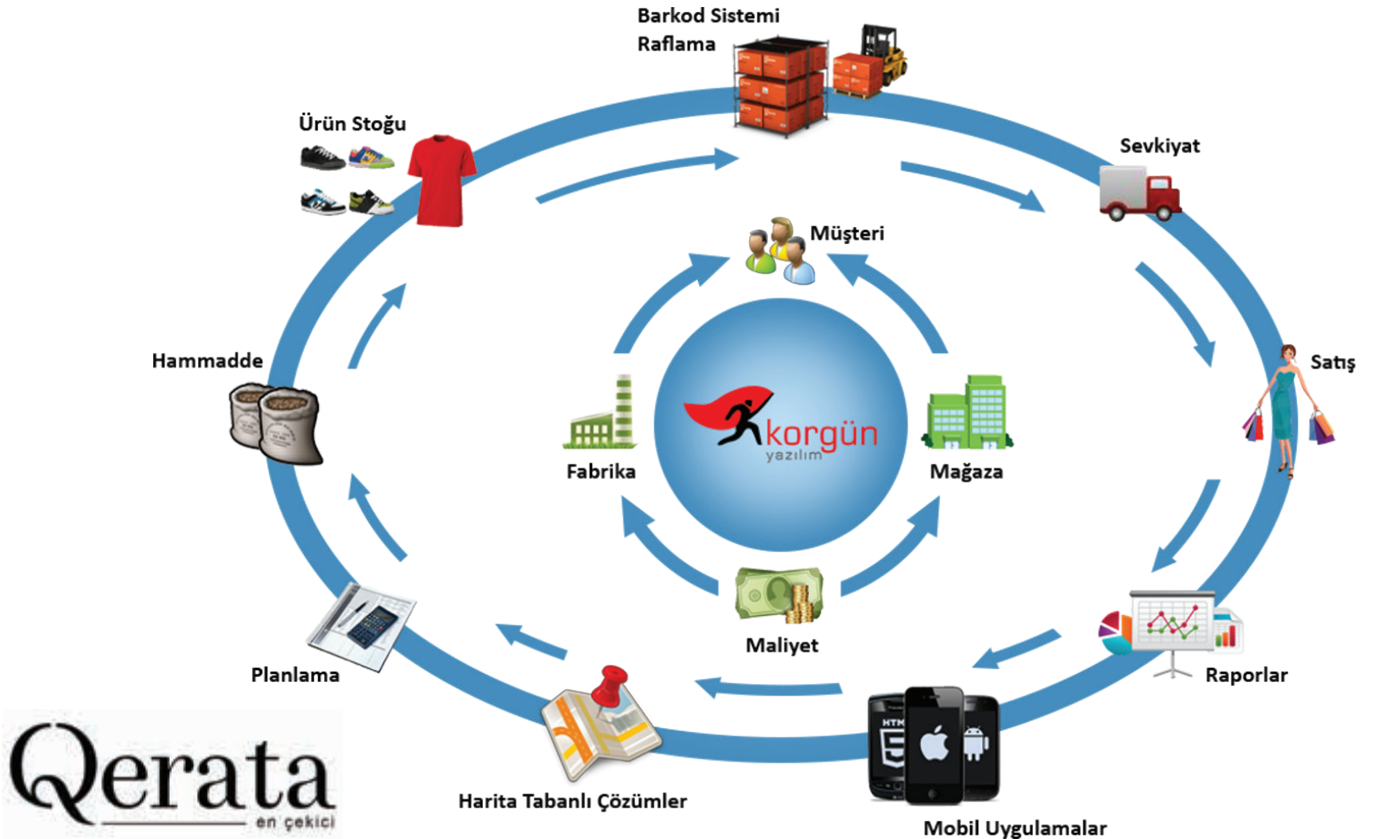
Korgün Yazılım, şu sıralar şirket için dönüm noktası olması beklenen bir proje üzerinde çalışıyor. Doğan Ufuk Güneş, bugüne kadar kazandıkları deneyimi değerlendirebilecekleri bir aşamaya geldiklerini kaydederek bu yeni projeyi şöyle anlatıyor: “Önceden müşterilerimiz 'Bir ürünüm var, bunu kime satmalıyım' derdi. Şimdi ise 'Müşterinin neye ihtiyacı var bulup onu sunmalıyım' dönemi. Bu da 'veri madenciliği' dönemine işaret ediyor. Biz bu hizmeti hem mobil ortamda hem de bulutta sunuyoruz. Mobilde kazandığımız ve perakendede oluşturduğumuz müşteri kitlesi ile üreticiyi bir araya getiriyoruz. Bu Türkiye'de yeni kullanılmaya başlanan bir kavramı işaret ediyor: Ürüne müşteri bulmak değil, müşteriye uygun ürün bulmak. Örneklersek önceden hedef, müşteriye çanta satmaktı, şimdi tüm müşterileri tek tek ele alıp inceliyoruz. Veriler, müşterimin kısa bir süre önce bir çanta aldığını gösteriyor, 3 gün önce de bir takım elbise almış,

demek ki bu kişinin bir ayakkabı ya da kemere ihtiyacı olabilir. Ona uygun ve ihtiyacı olabilecek ürünleri teklif ediyoruz. Ardından diyoruz ki 'Bu çantayı alırsanız buradan kazanacağınız bir promosyonla şu markadan şu ürünü alabilirsiniz'. Böylece çapraz satış modelini de kullanmış oluyoruz. İşte bu veri madenciliğinin kullanılacağı platformun adı Qerata.com olacak. Bireysel müşterilere hizmet verecek bu portalda mağaza açacak şirketleri Korgün Yazılım seçiyor. Şimdilik ağırlıklı ayakkabı ve diğer deri ürünleri mağazalarının olacağı Qerata.com'da müşteri, kredi kartı numarası, şifresi, son kullanma tarihi gibi bilgilerini sisteme kaydedecek ve daha sonraki işlemlerde sadece tek tuşa basarak ödeme yapabilecek. Güneş, “Biz artık sadece çözüm satan değil, müşterilerine yeni pazarlama yöntemleri sunan, müşteri sayısını ve hacmini artıran bir şirket konumuna da yükseliyoruz. Müşterimize hem zaman hem de para kazandıracağız” diyor.

anlatıyor:

“Bu aslında mobil teknoloji sayesinde oldu. Müşteri kasaya, hatta mağazaya bile gitmeden alışverişini de ödemesini de yapabiliyor. Mağazalardaki en büyük sıkıntı kalabalık yani kasa kuyruğu. Pek çok kişi kuyruk beklemek istemediği için alışverişten vazgeçiyor. Mobil teknoloji müşterinin

kasaya gitmeden satış temsilcisinin elindeki bir tablet ya da akıllı telefonla alışveriş yapmasını sağlıyor. Bunun bir diğer ayağı mobil alışveriş. Bununla ilgili çalışıyoruz. Bu çözüm hızla yaygınlaşmaya başladı. Mevcut müşterilerimizin önemli bir kısmı hazırılık yapıyor. Örneğin Ceyo ve Kemal Tanca bu çözümü kullanmaya başladı.”



**Qerata**  
en çekici





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

**Mobil uygulamamız**  
ile her zaman yanı başınızdayız.

# Uluslararası para transferi de mobile kayıyor

Dünyayı uluslararası para transferiyle tanıştıran Western Union'ın Doğu Avrupa Bölge Direktörü Nogay Kanpolat, "Para transferini daha çok göçmenler kullanıyor. Göçmenler de yeni teknolojilere çok daha meraklı. Artık müşterilerimizin önemli bir kısmı işlemlerini mobil üzerinden yapıyor" diyor...

ESİN GEDİK - esin.gedik@gmail.com



Nogay Kanpolat

Ç oğumuz hala merak içinde izliyoruz western filmlerini. Küçük kasabalar, puslu barlar, kovboylar, posta arabaları, trenler... Hikayesini anlatacağımız dünyanın ilk para transferi şirketi Western Union da bu dönemde kurulmuş. 1851 yılında New-York and Mississippi Valley Printing Telegraph Company (New York ve Mississippi Vadisi Baskı ve Telgraf Şirketi) olarak kurulan Western Union, posta arabasıyla para transferi dönemini bitirdiği için kovboyların en büyük gelirlerini kaybetmelerine yol açmış. Aslında şirketin geçmişi birçok ilke dolu. Örneğin, telefonu bulan Graham Bell, bir Western Union çalışanıymış. Şirketin kurucuları arasında ABD'nin en eski üniversitelerinden birinin kurucusu da var. İkinci Dünya Savaşı'nda askerlerin tüm yazışmalarını taşıyan Western Union, 80'li yıllarda askeri olmayan ilk uydunun sahibi ve New York Borsası'na kote olan 11'inci şirket unvanlarını taşıyor.

Şirketin en önemli özelliği ise tüm dünya posta teşkilatlarına rengini vermesi. Biliyorsunuz posta teşkilatlarının rengi sarı. Bu renk Western Union'ın kuruluş yıllarında kullandığı renk. O yılların en büyük posta teşkilatı olduğu için logolarının rengi sektöre mal olmuş.

## Doğu Bloku yıkılınca dünyaya yayıldı

Western Union'ın dünyaya açılması Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla başlamış. Türkiye'ye girişi ise 1998 yılına rastlıyor. Temsilcilik ofisini 2001 yılında İstanbul'da açan şirket, halen PTT ve bankalardan oluşan 15 acentesinin 10 bin 400'ün üzerindeki hizmet noktasından hizmet veriyor. Ayrıca 5 acentenin internet bankacılığı, 3 acentenin de 14 binden fazla ATM'si üzerinden Western Union işlemleri yapılabilir.

Türkiye, Western Union açısından önemli bir ülke. Çünkü tüm Güneydoğu Avrupa bölgesinin genel merkezi olan İstanbul'dan Arnavutluk, Bosna Hersek, Sırbistan, Karadağ, Kosova, Kuzey Kıbrıs, Lübnan, Makedonya, Suriye ve Türkiye olmak üzere 10 ülke yönetiliyor. Merkezin başında ise Doğu Avrupa Bölge Direktörü Nogay Kanpolat görev yapıyor.

Kanpolat ile uluslararası para transferinin geldiği nokta ve Türkiye'nin yerini konuşmak üzere buluştuk. Kanpolat'ın verdiği bilgiye göre bugün 232 milyondan fazla insan -ki bu dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 3'üne karşılık geliyor- doğduğu ülkeden başka bir yerde yaşıyor. Dünya Bankası'nın geçen nisan ayında yayınladığı rapora göre, 2015 yılında dünyadaki göçmen sayısının 250 milyonu geçmesi bekleniyor. Eğer bu uluslararası göçmenler bir ülke oluşturabilseydi, dünyanın 5'inci kalabalık ülkesi olurdu.

2014 yılında, göçmenlerin gönderdiği nakit paranın tutarı dün-



ya çapında 583 milyar doları aşmış. 2015 için tahminler 586 milyar, 2017 içinse 636 milyar dolar. Western Union'ın bu pazardaki payı oldukça önemli. Şirket, 2014 yılında 255 milyon adet kişiden kişiye, 484 milyon adet de ticari ödemeye aracılık ederek toplam 85 milyar dolarlık para gönderme işlemi gerçekleştirmiş. Kanpolat, "Bir başka deyişle saniyede 120'den fazla para birimiyle 30'un üzerinde işlem yaptık" diyor.

Nogay Kanpolat'a bu büyüklük içinde Türkiye'nin yerini sorduk. Dünyada en çok göç alan 5 ülkenin ABD, Rusya, Almanya, Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri olduğunu belirten Kanpolat, Türkiye'nin global kapsamda 6.6 milyar dolarlık işçi döviz girişiyle 11'inci sırada yer aldığı bilgisini verdi.

### Türkiye de göç alan ülke olmaya başladı

Dışişleri Bakanlığının verilerden yola çıkarak Türkiye dışında yaşayan 5 milyon Türk olduğunu belirten Kanpolat, "Ancak son yıllarda Türkiye, özellikle Doğu Avrupa ve Bağımsız Devletler Topluluğu olmak üzere dünyanın dört bir yanından insanı da çekiyor. Yabancı göçmenler için de iş fırsatları oluşturuyor" diyor. Pew Araştırma Merkezi'nin 2013 yılı çalışması, Türkiye'de Suriye'den gelenler hariç 1 milyon 860 bin göçmen yaşadığını gösteriyor. Bunların 710 bini Bulgaristan, 400 bin Almanya ve 110 bini Sırbistan uyruklulardan oluşuyor.

Türklerin en yoğun yaşadığı ülkelerin başında ise Almanya geliyor. Kanpolat, bizlerle paylaştığı bu verilerin ardından

Türkiye'nin hala para gönderilen bir ülke olduğunu belirterek "Türkiye ile bağlantılı para transferlerine baktığımızda işlemlerin yüzde 70'inin gelen havale, yüzde 30'unun ise giden havale olduğunu görüyoruz. En yoğun koridorları Türkiye-Avrupa, Türkiye-Rusya ve Türk Cumhuriyetleri olarak belirtebiliriz. Ancak ilerleyen yıllarda giden havale oranının artmasını bekliyoruz" diyor.

### Göçmenler teknolojiyi daha çok seviyor

Kanpolat, genel rakamların ve çerçevenin ardından sektörün son dönemde yaşadığı değişiklikleri de bizlerle paylaştı. Kanpolat, Western Union'ın global olarak yürüttüğü bir araştırmanın sonucuna göre göçmenlerin yeni teknolojilerin kullanılması konusunda daha hızlı olduğunu söyledi. Sonuçlara göre Western Union müşterilerinin yüzde 66'sı akıllı telefon kullanıyor. Bu oran son 3 yılda yüzde 50 artmış. Birçok ülkede akıllı telefon penetrasyonu göçmen kesimde nüfusun geri kalanına kıyasla çok daha yüksek durumda.

Bu araştırmadan yola çıkan şirket, elektronik kanalların genişletilmesi ve kullanıcılara daha fazla seçenek ve rahatlık sunmak için çalışmalar başlatmış. Kanpolat, "Bu çerçevede hizmet ağına ATM'ler kiosklar ve direkt banka hesabına transfer gibi yeni seçenekler eklemeye devam ediyoruz. Farklı ülkelerdeki müşterilerimiz 100 binden fazla ATM ve kiosk, 90 bankanın internet şubeleri, 25 ülkede wu.com sayfaları ve 17 iş ortağıyla mobil cihazlar üzerinden para gönderebiliyor" diyor. ☺

### "TÜRKİYE'DEKİ ŞUBE SAYISI NÜFUSA GÖRE AZ"

Nogay Kanpolat ile ödeme sektörünü yakından ilgilendiren 6493 sayılı Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri Kanunu'nu da konuştuk. Kamunun sektörü regüle etmek için böyle bir adım attığını, bunun da olumlu bir gelişme olduğunu düşünen Kanpolat, "Biz de lisans almak için başvuruda bulunduk ama yasanın nasıl bir ortam yaratacağını bekleyip görmek gerekiyor" sözleriyle temkinli yaklaşıyor.

Türkiye'de 76 milyon nüfusa karşılık 11 bin 500 civarındaki toplam banka şubesinin az olduğunu belirten Kanpolat, "Parayla ilgili tüm işlemler bankada yapılmak zorunda olduğu için şubeler çok kalabalık.



Bazı işlemlerin banka dışında yapılması lazım. İşte yeni yasanın temel gerekçelerinden biri de bu. Ancak ne kadar başarılı ve yaygın olacağını şimdiden söylemek zor. Sonuçta bu şirketlerin kullanacağı ağı ya da nakit açığını yine bankalar sağlayacak. İlk etapta büyük şehirlerde yeni fatura ödeme merkezleri açılacaktır. Bunlar ödeme sistemi anlamında kullanılır ama para transferine nasıl bir etki yapar bekleyip görmek lazım. Çünkü Türkiye'de para transferi noktasında herhangi bir sorun yok" diyor.

# Banka hesabı kasaya giriyor!

Loomis'in akıllı kasaları; marketlerin, mağazaların, fatura ödeme merkezlerinin, kısacası nakit girişi yüksek şirketlerin parasını kasaya girdiği andan itibaren güvence altına alıyor. Bu çözüm kasiyerlerin, mağaza yöneticilerinin, muhasebecilerin gün sonu "mutabakat" mesaisini de ortadan kaldırıyor...

HÜSNIYE GÜNGÖR - hgungor@psmmag.com

**P**SM olarak bu sayfalarda sıklıkla nakdi büyük oranda hayatımızdan çıkaran ödeme sistemlerini anlatıyoruz. Ancak birkaç İskandinav ülkesi hariç tüm dünyada halen nakdin hükümlüğü sürüyor. Her ne kadar bizler hesaplarımıza girip otomatik ödemelerle çıkan parayı pek göremesek de bankalar ve nakit lojistiği şirketleri her gün milyarlarca Türk lirasını çeşitli noktalardan bankalara, bankalardan kendi nakit merkezlerine ya da Merkez Bankası'na taşıyor. Sadece nakit yönetimi şirketlerinin bir günde taşıdığı miktar 2 milyar TL'yi buluyor. Hal böyle olunca da paranın güvenliği büyük önem taşıyor.

İşte kökeni Amerika'nın 1800'lü yıllardaki "altına hücum" dönemine kadar uzanan; nakit, altın ve mücevherat, kıymetli evrak lojistiğinde dünya çapında isim yapmış, Türkiye'de pazar lideri bir şirket, SafePoint (akıllı kasa) adını verdiği çözümüyle tüm bu riskleri ortadan kaldırma iddiasında...

Evet, 2011 yılından bu yana Türkiye'de de faaliyet gösteren Loomis'ten bahsediyoruz. Loomis Türkiye Satış Direktörü Demir Bükülmez'in söylediğine göre pilot uygulamaları tamamlanan çözümden halihazırda 6 şirket faydalanırken, 10 kadar sipariş de kurulum aşamasında. Peki nedir bu akıllı kasa ve perakende başta olmak üzere şirketlere ne gibi avantajlar sağlıyor?

Akıllı kasa aslında bildiğimiz anlamda bir çelik kasa. Farkı, içine monte edilmiş bir para sayma makinesi ve tablet PC olması. Bir de tüm bu çözümü işler hale getiren özel bir yazılım var elbette.

Loomis'in ABD başta olmak üzere dünyada çok başarılı bir şekilde yönettiği bu çözüm artık Türkiye'de. Akıllı kasaları, özellikle günlük belli bir miktarın üzerinde kasiyerle çalışan ve belli bir miktar üzerinde nakit girdisi olan perakende şirketleri tercih ediyor. Diğer yandan, tek bir kasiyerle çalışsa bile, örneğin risk oranı yüksek bir bölgede iş yapan bir işletme de bu hizmeti talep edebiliyor.

## "Müşterinin riskini üstleniyoruz"

Loomis Türkiye Satış Direktörü Demir Bükülmez, Loomis logosunda yazan "Managing Cash in Society" ifadesinin tam da yaptıkları işin karşılığı olduğunu vurguluyor. Yani "toplumdaki nakit akışını yönetmek"... Paranın sadece A noktasından B noktasına güvenli bir şekilde taşınması değil, aynı zamanda sisteme sokulması anlamına da geliyor bu.

"Aslında nakit lojistiği yapsak da işimizin aslı müşterilerimizin riskini üstlenmek" diyor Bükülmez ve paranın sayılması, mutabakatının yapılmasının da verilen hizmetin ikinci aşamasını oluşturduğunu anlatıyor. Yani örneğin bir perakende zincirinin şubelerinden teslim alınan paranın sayılması, her bir mağazanın beyan



## “ROTATİF KREDİ, AKILLI KASA TALEBİNİ PATLATACAK”



**Demir Bükülmez**  
**Loomis Türkiye Satış Müdürü**

Türkiye’de gıda perakendecileri ve toptancılarında, benzin istasyonlarında, giyimde ciddi bir nakit hareketi var. En sapa mağazada bile günlük 20 bin lira nakit cirosu olabiliyor. Karanlık bir dünya yaratmak gibi bir niyetimiz yok, hatta Türkiye büyük oranda daha güvenli bu anlamda.

Ancak para kaybetmek için illa karşınıza silahlı birinin çıkması gerekmiyor. İçinde 400 bin TL para dolu olan bir çantayı arabada unutan mutemet biliyoruz. Mağaza içi dolandırıcılık da olabiliyor. Akıllı kasalar bunu engelliyor. Sahte parayı kasa kesinlikle kabul etmiyor.

İşte tüm bu riskleri masaya yatırdığımızda, akıllı kasa tartışmasız çok güvenli bir çözüm. Zamandan, personelden tasarruf ederken güvenlik konusunda kafanızda soru bırakmıyor. Akıllı kasanın, özellikle de bankalarla anlaşmaları tamamlayıp rotatif krediyi uygulamaya başladığımızda, Türkiye’de patlama yapacağını ve çok hızlı büyüyeceğini düşünüyorum.



ettiği miktarın para torbasında olup olmadığının doğrulanması ve her biri için ayrı ayrı olmak üzere kümülatif olarak raporlanması... Böylece günlük olarak toplanan para şirketin çalıştığı bankaya yatırılarak kullanılabilir hale geliyor, ödemeler yapıyor, krediler dönüyor.

İşte Loomis’in Türkiye’de yeni piyasaya sürdüğü akıllı kasa çözümü de işin bu kısmında, yani mutabakat aşamasında devreye giriyor.

### Mutabakat sürelerini kısaltıyor

Normalde şirketlerde mesai bitip kasalar kapandığında toplanan nakitle ilgili bambaşka bir mesai başlıyor. Önce yönetici ya da muhasebeci bütün kasiyerlerin parasını topluyor, sayıyor, kendi iç mutabakatını yapıyor. Bu paraları nakit taşıma (CIT) şirketinin güvenli nakit taşıma poşetlerine koyuyor, beyan formunu dolduruyor, bir örneğini poşetin içine koyup diğerini kendine saklıyor. Daha sonra ya şirketin çalıştığı bankanın aracı ya da CIT şirketinin aracı geliyor. Torbayı alıyor, teslim teslim makbuzu düzenliyor, bir nüshasını şirkete veriyor. Bu makbuz düzenleyen kişiyle mağaza yöneticisi tarafından imzalandıktan sonra paranın zilliyeti CIT şirketine geçmiş oluyor. CIT şirketi de anlaşmaya göre parayı sayıp diğer mağazalarının parasıyla bir araya getirdikten sonra desteleyerek şirketin çalıştığı bankanın vizesine teslim ediyor.

Bükülmez, işte akıllı kasanın tüm bu süreci kolaylaştırarak kısalttığına dikkat çekiyor. Akıllı kasa kullanan perakende noktasındaysa kasiyerler şifrelerini girmek ya da tanıtım kartlarını okutmak suretiyle kendilerini tanıttıktan sonra ister gün içerisinde ister vardiya bitiminde kasalarında biriken parayı para sayma noktasına koyuyor. Para hızlı bir şekilde sayılarak kasanın içine alındığı anda fişini alıyor ve gününü kapamış oluyor. Yani normal şartlarda tek bir kasiyer için en az 15-20 dakika süren vardiya kapatma süresi 2-3 dakikaya iniyor. Mağaza yöneticisi ya da muhasebecinin harcayacağı ekstra mesaiden tasarruf edilmiş oluyor.

### Kasadaki para Loomis’in sorumluluğunda

Diğer yandan, akıllı kasa parayı içeriye aldığı andan itibaren paranın bütün sorumluluğu Loomis’e geçiyor. Kasa, ethernet üzerinden internete bağlı olduğu için hem mağaza yöneticileri hem de



Loomis yetkilileri ya da şirketin çalıştığı banka, hangi saatte hangi kasaya ne kadar ve hangi kupürlerde para girdiğini bilebiliyor. İstanbul şartlarında örneğin, 300 ayrı noktadan paranın toplanmasını, sayılmasını, bankaya yatırılmasını ve rapor edilmesini düşünelim. Bu fiziki olarak kolay bir süreç olmayacaktır değil mi? Bükülmez, “Elbette yapılabilir” diyor ve şöyle devam ediyor: “Araç ve personel sayısını artırarak bu isteği yerine getirebiliriz ama bir anda maliyet de iki üç katına çıkar.”

### Banka hesabıyla entegre olacak

Bükülmez, henüz mümkün olmamakla birlikte çözümün bir sonraki aşamasında para kasaya girdiği anda şirketin banka hesabına da geçeceğini anlatıyor. Yazılımın banka hesabıyla entegre edildiğini söyleyen Bükülmez, “Türkiye’deki bankalarla bu konuyu konuşuyoruz. ABD, Fransa İspanya ve birkaç ülkede daha yapıyor bu” diyor.

Bir yandan da akıllı kasa çözümünün geliştirilmesiyle ilgili çalışmalar devam ediyor. Örneğin, Ar-Ge ve Türkiye’de geliştirilen yazılımın içinde gömülü olarak çalışan, Loomis Amerika’ya ait yazılım Türkçeleştiriliyor. Bu süreç tamamlandığında akıllı kasa, söz konusu hizmetten faydalanan şirketlere çok farklı bir vizyon da sunabilecek. Yazılımın sunduğu farklı anahtar performans göstergeleri, şirketleri işlerini öeskiye oranla çok daha etkili yönetebilir hale getirecek.



# Müşteri iletişiminde 'fijital' ve Dinamik Ekstre dönemi

Mektupla ekstre, fatura gönderimi yavaş yavaş tarihe karışıyor. E-postayla bildirimlerde de yeni bir dönem başladı: Dinamik Ekstre... D-Tech, Dinamik Ekstre ile maliyet avantajının yanı sıra müşteriye özel katma değerli hizmet sunma fırsatı da sunuyor...



**E**kstre deyip geçmeyin, hafife almayın. Bankaların, telekom operatörlerinin, belediyelerin, enerji şirketlerinin, dijital yayın platformlarının müşterileriyle en önemli iletişim araçlarından biri sonuçta. Apartman girişlerinde, posta kutularında sizin

de gözünüze mutlaka takılmıştır; yığınla zarf açılmadan günlerce durur. Ya telefon, doğal gaz, su faturası ya kredi kartı ekstresi ya da Digtürk, D-Smart veya Türksat faturası... Apartman görevlisi haftada, 15 günde ya da ayda bir toplayıp çöpe atar genelde.

Gerçi son dönemlerde, özellikle çevreci mesajlar sayesinde pek çok insan ekstrelerini, faturalarını e-mail yoluyla almaya başladı. Ancak e-maillere de şöyle yüzeysel bir bakılıp geçiliyor...

İşte müşteri iletişimi yönetimi pazarının dünya liderlerinden GMC'nin Türkiye, Ortadoğu, Afrika ve Doğu Avrupa temsilcisi D-Tech, ekstreleri müşterilerle iletişim, kampanya ve katma değerli hizmet sunumu açısından yeni bir boyuta taşıyor. Peki GMC tarafından geliştirilen ve D-Tech Yönetim Kurulu Başkanı Volkan Vural'ın sadece Türkiye değil dünya çapında da bir ilk olduğunu vurguladığı "Dinamik Ekstre" nasıl bir uygulama? Şirketlere ne gibi avantajlar sunuyor?



## Kullandığınız cihaza göre şekil alıyor

Vural, öncelikle e-maili bir pazarlama mecrası olarak gördüklerini belirtiyor. Müşteri, elektronik ortamda Dinamik Ekstre'yi açtığında bir kapıdan girmiş oluyor. Vural, "Tamamen güvenli ve off-line olan bu uygulama, bankalara, telekom şirketlerine dinamik pazarlama imkanları sunuyor. İnternet bağlantınız varsa istediğiniz an online'a geçebiliyor, oradan bankanın internet sitesine, internet ya da mobil şubesine giriş de yapabiliyorsunuz. Yine online olmadan ekstre üzerinde filtremeler yapabiliyorsunuz. Örneğin, harcamalarınızı sektörlere göre sınıflandırıyor, istediğinizi daha kolay inceleyebiliyorsunuz" diyor.

Dinamik Ekstre uygulaması; masaüstü, dizüstü bilgisayar, tablet ya da mobil telefon olsun her cihaza anında uyumlanabilen bir arayüzüyle karşımıza çıkıyor. Yani tablet ya da akıllı telefon için ayrı uygulama indirmenize gerek yok.

### Hibrit mail, "fijital" iletişim...

PTT'nin "Hybrid Mail" örneğinde olduğu gibi ekstre ve faturaların elektronik ortamda hazırlandığı, talep veya ihtiyaç halinde basıldığı uygulamalara aşinayız. Nitekim PTT Hybrid Mail uygulaması D-Tech tarafından yönetiliyor ve şirketin iş hacminde önemli bir yer tutuyor. Volkan Vural, yeni yeni gündeme gelen, fiziksel ve dijitalin bir araya geldiği "fijital" kavramına da şöyle dikkat çekiyor:

"Artık önemine göre bazı verilerin fiziki, bazılarının da dijital olarak gönderimi tercih edilmeye başladı. Biz de sözleşmeleri gönderirken imzaların, önemli koşulların yer aldığı ilk 2 sayfayı kağıt olarak, genelde okunmayan 40 sayfayıysa elektronik ortamda gönderiyoruz."

### Telekom ve bankacılıkta çok etkin

Müşteri iletişimi yönetiminin Türkiye'deki geçmişi 1990'lı yıllara dayanıyor. D-Tech ise üniversite yıllarından bu yana arkadaş olan üç ortak tarafından 2009 yılında kurulmuş. 2011 yılından bu yana da GMC'nin bölge temsilcisi olarak faaliyet gösteriyor. D-Tech'in İstanbul'da iki ofisi var. Geçen aylarda Dubai ofisi de açıldı. D-Tech, bu üç ofisle GMC'nin full servis partneri olarak Türkiye, Ortadoğu, Kuzey Afrika ve Doğu Avrupa'ya hizmet veriyor. Bu yıl içinde Doğu Avrupa ofisi de hizmete girecek.

D-Tech'in müşterileri arasında Vodafone, Citibank, Türk Telekom, PTT, TTNET, Finansbank gibi büyük telekomünikasyon ve finans şirketleri göze çarpıyor. Ekstrelerin elektronik ortamda hazırlanması, gerektiğinde kağıt olarak basılıp gönderilmesi konusunda Provus, PTT Hybrid Mail ve Koç Systems ile birlikte çalışıyorlar. D-Tech Yönetim Kurulu Üyesi ve kurucu ortaklardan E. Türker Beşik, zaten bu üç firmanın ekstre ve fatura baskı işinin yüzde 80'den fazlasını elinde tuttuğunu vurguluyor. GMC ve D-Tech, bütün bu kuruluşlarca yönetilen fatura ve ekstrelerin



E. Türker Beşik

e-mail olarak gönderilmesini veya baskıya hazır hale getirilmesini sağlıyor. Beşik, "D-Tech, her ay Türkiye'deki müşterileri için 120 milyon civarında doküman üretiyor. 150 milyon ağ yakın içerik oluşturup gönderimini sağlıyoruz E-mailele fatura alıyorsanız bilin ki bunu biz sağlıyoruz" diyor.

D-Tech, fatura ve ekstre gönderimi gibi müşteri iletişimi yönetiminin yanı sıra e-fatura ve e-arşiv altyapısı da sağlıyor. Volkan Vural, Vodafone ve HSBC bünyesindeki şirketlere bu hizmeti sunduklarını söylüyor.

### "Yılda 25 bin ağacı kurtarıyoruz"

Volkan Vural, şirketlerin iletişimi dijitalle taşıyarak; baskı, kağıt ve gönderim masraflarıyla birlikte değerlendirildiğinde işlem başına 2 TL gibi bir tasarruf ortaya çıktığını vurguluyor. "Diyelim ki 10 bin müşteriniz var, her ay 15-20 bin, 100 bin müşteriniz varsa 150-200 bin TL tasarruf sağlıyorsunuz. Üstelik kağıtta alamadığımız verimi alırsınız. Müşteriye katma değerli hizmet sunmanız da cabası" diyor.

Vural, D-Tech'in yılda 250 milyon gönderiyi dijitalle taşıyarak yaklaşık 25 bin ağacı kesilmekten kurtardığına dikkat çekiyor. Buna kağıdın üzerinde kullanılan yazı kimyasallarını, mürekkebi de eklediğinizde tasarrufun boyutu daha da belirginleşiyor.



Turhan Oruç

### SAATİNİN PARÇALARINI TEK TEK SEN BELİRLEYEBİLİRSİN!

GMC'nin farklı sektörlere yönelik birçok çözümü var. GMC Bölge Satış Müdürü Turhan Oruç, buna Türkiye'deki bazı üniversitelerin de tercih ettiği sınav otomasyon çözümlerini örnek gösteriyor. Bu çözümü, öğrenciye özel soru kitapçıkları ve çözüm anahtarları üretmek şeklinde özetleyebiliriz.

Sigorta şirketleri de GMC'nin çözümünü kullanarak kişiye özel poliçe üretebiliyor. Bu çözüm, sigorta acentelerinin müşteriden aldığı bilgilerin ana merkeze aktarılması, merkezden gerekli onay alındıktan sonra müşteriye özel poliçenin imzalatılması şeklinde işliyor.

Oruç, GMC'nin İsviçre'deki saat üreticilerine yönelik ilginç çözümünü de şöyle anlatıyor: "Biliyorsunuz, İsviçreli saat üreticileri, saatlerin tüm parçalarını tek tek elle yerleştiriyor. Her parça da ayrı ayrı numaralandırılıyor. İşte GMC'nin çözümü, tüketiciye elektronik ortamda tüm bu parçaları görerek, istediği parçalarla zevkine göre saat siparişi verme imkanı sağlıyor."

GMC araç kiralama, özel sağlık, perakende, turizm, sadakat kartları gibi alanlara özel çözümler de sunuyor. Hatta havayolu şirketlerinin yemek menülerinin online olarak düzenlenmesini, eğlence ekranlarının kontrolünü, kişiye özel hale getirilmesini de sağlıyor. Oruç, Türkiye'de Atlas Global'a bu hizmeti verdiklerini anlatıyor.

# E-ticaretin hukuksal çerçevesine bir bakış



**Av. Kortan Toygar**  
YTT Hukuk Bürosu

**Tarihten** bugüne ticaret, iletişimin gelişmesiyle birlikte çeşitli evrelerden geçerek ilerledi. Matbaanın bulunup aktif olarak kullanılması, ulaşım araçlarının yaygınlaşması ve son olarak internetin gelişmesiyle ticaret evrimleşti. Son yıllarda Türkiye’de de e-ticaret hacminin artışı, başta organize perakende olmak üzere muhtelif sektörlerde yapısal olarak hissedilebilir bir duruma geldi. (\*)

Gelişmekte olan piyasalar arasında e-ticaret potansiyeli en yüksek dokuzuncu ülke olan Türkiye için elektronik ticaretin mevzuat açısından da düzenlenmesi ve alt kırımları olan tüketiciler, veri koruma, mesafeli satışlar, e-imza, e-fatura, ödeme ve elektronik para kuruluşları hakkında mevzuatın oluşturulması ve gelişmesi büyük önem arz ediyor. Bu kapsamda, ticari iletişimi, hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcıların sorumluluklarını, elektronik iletişim araçlarıyla yapılan sözleşmeler ile elektronik ticarete ilişkin bilgi verme yükümlülüklerini ve uygulanacak yaptırımları düzenlemek üzere hazırlanan 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun, 1 Mayıs 2015 tarihi itibarıyla yürürlüğe girdi.

6563 sayılı kanun, özellikle ticari elektronik iletilerin gönderilme koşullarında önemli düzenlemeler içeriyor.

## Mesaj bombardımanına kanun ve ceza bariyeri

Kanunun yürürlüğe girmesiyle ticari elektro-

nik iletiler, alıcılara ancak önceden onayları alınmak kaydıyla gönderilebiliyor. Söz konusu onay, yazılı olarak veya her türlü elektronik iletişim araçlarıyla alınabiliyor. Kendisiyle iletişime geçilmesi amacıyla alıcının iletişim bilgilerini vermesi hâlinde, temin edilen mal veya hizmetlere ilişkin değişiklik, kullanım ve bakıma yönelik ticari elektronik iletiler içinse ayrıca onay alınmasına gerek yok. Kanununun 12’nci maddesinde belirlenen cezai hükümler uyarınca, bu madde hükmüne aykırı hareket eden hizmet sağlayıcılara ve aracı hizmet sağlayıcılara bin Türk Lirası’ndan 5 bin Türk Lirası’na kadar idari para cezası veriliyor.

Kuşkusuz, ticari elektronik iletinin içeriği, alıcıdan alınan onaya uygun olmak zorunda. Bununla birlikte içerikte iletinin konusu, amacı ve başkası adına yapılması durumunda kimin adına yapıldığına ilişkin bilgiler ile erişilebilir durumdaki (e-posta, kısa mesaj numarası, telefon vb) iletişim bilgileri yer almak zorunda. Aynı şekilde, bu madde hükmüne aykırı hareket eden hizmet sağlayıcılara ve aracı hizmet sağlayıcılara bin Türk Lirası’ndan 5 bin Türk Lirası’na kadar idari para cezası verileceği kanun yapıcı tarafından öngörülüyor.

## “Ticari elektronik ileti”nin tanımı

Bu noktada, hangi iletilerin ticari elektronik ileti kapsamında değerlendirildiğini anlamak adına, ticari elektronik iletinin kanun yapıcı tarafından nasıl tanımlandığına bakmak gerekiyor.







## **Elektronik ticareti uygun kullanmayanları kötü sürprizler bekliyor. Tüketicinin onayını almadan ticari elektronik ileti gönderen hizmet sağlayıcılar ve aracı hizmet sağlayıcılar, bin Türk Lirası'ndan 50 bin Türk Lirası'na kadar idari para cezalarıyla karşı karşıya kalabilir...**

Telefon, çağrı merkezleri, faks, otomatik arama makineleri, akıllı ses kaydedici sistemler, elektronik posta, kısa mesaj hizmeti gibi vasıtalar kullanılarak elektronik ortamda gerçekleştirilen ve ticari amaçlarla gönderilen veri, ses ve görüntü içerikli iletiler "ticari elektronik ileti" olarak kabul ediliyor.

Bununla birlikte, 6563 sayılı kanunun 5'inci maddesi, ticari iletişimde "ticari iletişimin ve bu iletişimin adına yapıldığı gerçek ya da tüzel kişinin açıkça belirlenebilir olması sağlayan bilgilerin sunulması gerekliliğini" ortaya koyuyor. Bu hükme aykırı hareket eden hizmet sağlayıcılara ve aracı hizmet sağlayıcılara bin Türk Lirası'ndan 10 bin Türk Lirası'na kadar idari para cezası verileceği kanun yapıcı tarafından öngörülüyor.

İletide, hizmet sağlayıcının tanınmasını sağlayan bilgiler ile haberleşmenin türüne bağlı olarak telefon numarası, faks numarası, kısa mesaj numarası ve elektronik posta adresi gibi erişilebilir durumdaki iletişim bilgileri yer almak durumunda. İletide, haberleşmenin türüne bağlı olarak, iletinin konusu, amacı ve başkası adına yapılması halinde kimin adına yapıldığına ilişkin bilgilere de yer verilmesi gerekiyor. Bu madde hükmüne aykırı hareket edenlere bin Türk Lirası'ndan 10 bin Türk Lirası'na kadar idari para cezası veriliyor.

Yine 5'inci madde, ticari iletişimde "indirim ve hediye gibi promosyonlar ile promosyon amaçlı yarışma veya oyunların bu niteliği açıkça belirlenebilmeli, bunlara katılımın ve bunlardan faydalanmanın şartlarına kolayca ulaşılabilmesi ve bu şartlar açık ve şüpheye yer bırakmayacak şekilde anlaşılır olmalı" ibaresini içeriyor. Bu madde hükmüne aykırı hareket edenler için 2 bin Türk Lirası'ndan 15 bin Türk Lirası'na kadar idari para cezası öngörülüyor.

### **Cezalar 50 bin liraya kadar çıkabiliyor**

Yeni dönemde alıcılar diledikleri zaman, hiçbir gerekçe belirtmesizin ticari elektronik iletileri almayı reddedebiliyor. Alıcının ticari elektronik iletiyi reddetme hakkı, 8'inci maddenin 2 ve 3'üncü fıkralarında "hizmet sağlayıcı ret bildirimiminin, elektronik iletişim araçlarıyla kolay ve ücretsiz olarak iletilmesini sağlamakla ve gönderdiği iletide buna ilişkin gerekli bilgileri sunmakla yükümlüdür" şeklinde yer alıyor. Talebin ulaşmasını müteakip hizmet sağlayıcı, üç iş günü içinde alıcıya elektronik ileti göndermeyi durdurmak zorunda. Bu madde hükmüne aykırı hareket edenler hakkında 2 bin Türk Lirası'ndan 15 bin Türk Lirası'na kadar idari para cezası öngörülüyor.

Elektronik ticaret faaliyetinde bulunan hizmet sağlayıcı gerçek ya da tüzel kişiler, sözleşmenin yapılmasından önce;

- Alıcıların kolayca ulaşabileceği şekilde ve güncel olarak tanıtıcı bilgilerini,
- Sözleşmenin kurulabilmesi için izlenecek teknik adımlara ilişkin bilgileri,

kin bilgileri,

➤ Sözleşme metninin sözleşmenin kurulmasından sonra, hizmet sağlayıcı tarafından saklanıp saklanmayacağı ile bu sözleşmeye alıcının daha sonra erişiminin mümkün olup olmayacağı ve bu erişimin ne kadar süreyle sağlanacağına ilişkin bilgileri,

➤ Veri girişindeki hataların açık ve anlaşılır bir şekilde belirlenmesine ve düzeltilmesine ilişkin teknik araçlara ilişkin bilgileri,

➤ Uygulanan gizlilik kuralları ve varsa alternatif uyumsuzluk çözüm mekanizmalarına ilişkin bilgileri vermekle yükümlü.

Bu madde hükmüne aykırı hareket edenler hakkında bin Türk Lirası'ndan 5 bin Türk Lirası'na kadar idari para cezası uygulanıyor.

Kanun'un 12 (2) maddesi uyarınca yukarıda kısaca açıklanan 6563 sayılı kanun ile ticari elektronik iletilere ilişkin getirilen düzenlemeleri dikkate almaksızın müşterilerine ticari elektronik iletiler göndermeye devam eden şirketler içinse 50 bin TL'yi bulan idari para cezaları söz konusu olabilecek. Kısacası elektronik ticareti uygun kullanmayan şirketleri kötü sürprizler bekliyor.

(\*) *Afra, Sina. Dijital Pazarın Ortak Noktası E-Ticaret: Dünya'da Türkiye'nin Yeri, Mevcut Durum ve Geleceğe Yönelik Adımlar, TÜSİAD Yayınları, Haziran 2014*

[http://www.tusiad.org.tr/\\_rsc/shared/file/eTicaretRaporu-062014.pdf](http://www.tusiad.org.tr/_rsc/shared/file/eTicaretRaporu-062014.pdf)





# Sürpriz seviyorsanız bluetooth'unuzu açık tutun!

fastPay, beacon teknolojisiyle kişiye özel kampanya dönemini Kahve Dünyası mağazalarında başlattı. Telefonunda fastPay yüklü olan ve bluetooth'unu açık tutanlar, Kahve Dünyası'na 50 metre yaklaştıklarında bir sürprizle karşılaşılıyor..

HÜSNİYE GÜNGÖR - hgungor@psmmag.com

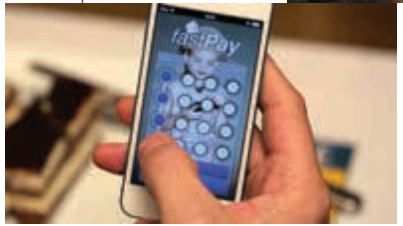
**B**eacon teknolojisinin farklı alanlardaki kullanımını her geçen gün artırıyor. Aslında teknoloji yeni değil. Bildiğimiz bluetooth sinyalinin kullanarak iki cihaz arasında haberleşme sağlıyor. Yeni olansa teknolojinin kullandığı bluetooth low energie'nin (BLE) pil ömründen yemiyor olması. Böylece telefonlarının bluetooth özelliğini açık tutan tüketiciye yönelik hizmet ya da kampanya geliştirmeyi mümkün kılıyor. Bunlardan biri de geçen ay DenizBank'ın fastPay ürünüyle Kahve Dünyası şubelerinde başlattığı kampanya oldu. Bu yeni kampanyanın ayrıntılarını ve fastPay'deki diğer gelişmeleri DenizBank Dijital Kuşak Bankacılığı Grup Müdürü Gürhan Çam'a sorduk...

## GSM operatörü binayı, beacon katı belirliyor

Beacon teknolojisinin en önemli özelliği, mikro konum belirlemeyi mümkün kılması. Uzun zamandır GSM operatörleri

aracılığıyla tüketicinin nerede olduğu zaten belirlenebiliyordu. Ancak operatör sayesinde tüketicinin örneğin X AVM'de olduğu belirlenebiliyorsa, beacon teknolojisiyle hangi katta olduğu da saptanabiliyor. İşte fastPay de burada gördüğü ışıkla Kahve Dünyası kampanyasını başlattı.

Kahve Dünyası şubelerine yerleştirilen beacon cihazlarına 50 metre mesafeden geçen fastPay kullanıcılarının telefonlarına bir kampanya kodu geliyor. fastPay kullanıcısı ve bluetooth'u açık olan müşteriler, diledikleri takdirde tek bir dokunuşla telefonlarından kampanya kodunu alıyor ve diledikleri zaman herhangi bir Kahve Dünyası mağazasında ücretsiz dondurma hediyesi için kullanabiliyor. Türkiye'de ilk olan bu projede çözüm ortağı olarak Blesh firmasıyla çalışan DenizBank, Kahve Dünyası mağazalarını da bu teknolojiyle tanıştırmış. DenizBank'ın beacon teknolojisini bir mağaza zincirinde müşterilerinin kullanımına sunması finans sektörü açısından da bir ilk.



## Artık bluetooth'umuzu kapatmıyoruz

Gürhan Çam, beacon teknolojisinin yarattığı fırsatlardan bahsederken teknolojinin aslında 200 metreye kadar civarda olan cihazları algılayabildiğini anlatıyor. Çam, "Kullanıp kullanmamak size kalmış. Bize hep NFC'nin yerini alacak bir teknoloji gibi gösterildi. Beacon'ın kullandığı BLE (bluetooth low energie) ile birlikte çok daha az pil tüketir hale geldi. Yenilik burada. İnsanlar da telefonlarının bluetooth özelliğini sürekli açık tutma alışkanlığı edinmeye başladı. Artık arabaya bindiğimiz anda telefonumuz aracın bluetooth sistemine bağlanıyor, eve girdiğimizde müzik sistemine... Yani artık insanlar bu özelliği kapatma ihtiyacı duymuyor. Bu da bizim için bir fırsat" diyor.

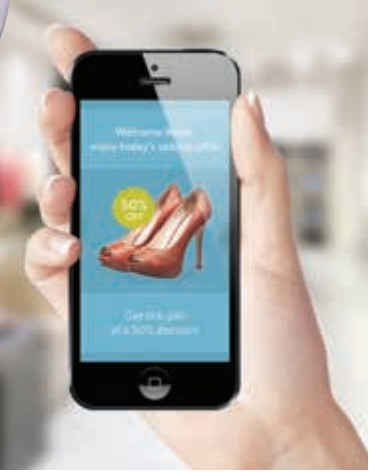
Nitekim Apple iOS 7.0'da telefon açılır açılmaz bluetooth'a geçiyor. Bir sonraki hamleninse artık açma kapama düğmesinin kaldırılarak bluetooth'un sürekli açık kalmasının sağlanması olacağı bekleniyor.

## "Müşteri deneyiminin önüne geçmemeli"

fastPay, beacon teknolojisini ilk kez kullanmıyor. Daha önce yaptığı kampanyalar da var. Ödeme deneyimi olarak kullandığında da dünyadaki ilklerden biriydi. PayPal'ın ve Google'ın mağaza içi mobil ödeme sisteminde de beacon ve bluetooth teknolojisi kullanılıyor. Hatta Çam'ın anlattığına göre fastPay'le PayPal'ın lansmanları aynı döneme denk geliyor.

Yeni kampanyayla bir yöntem geliştirdiklerini söyleyen Çam, beacon teknolojisini zincirleme kampanya anlamında ilk kez kullandıklarını anlatıyor. Çam'a göre kampanyanın en güzel tarafı sürpriz yapıyor olması: "Kampanyalar genelde önceden duyurulur. Bizse eğlenceli bir sürpriz yapmak istedik."

Gürhan Çam, bu noktada ürünü tanıtmak için yapılan kampanyanın müşteri deneyiminin önüne geçmemesi gerektiğine dikkat çekiyor. Bu yüzden de ana odaklarının müşteri deneyimi olduğunu ve çok sık kampanya yapmadıklarını söylüyor. Kullanıcının hayatını kolaylaştırıp kolaylaştırmadığına bakan bir vizyonla başlatılan kampanyada tüketicilere "Size sürprizimiz var, bluetooth'unuzu açık tutun" mesajı veriliyor. Kahve Dünyası'yla yapılan kampanyadaysa iki CRM birlikte çalışıyor, bu yüzden zincirleme kampanya olarak adlandırılıyor.



## İstanbul'daki ödeme Barcelona'dan

Mağazaya girdikten sonra fastPay'in kullandığı beacon teknolojisi bu sefer de cihazınızın cebinizden çıkarmaya gerek olmadan algılanmasını ve ödeme işleminin tamamlanmasını sağlıyor. Şöyle ki, müşteri kasaya yaklaştığı zaman kasadaki Fast POS cihazı telefonla haberleşiyor ve yaklaştığınızı algılıyor. Sıra size geldiğinde kasiyer size isminizle hitap ederek tutarı söylüyor ve ödemeyi alacağına dair sizden sözlü bir onay istiyor. Onayınızla tutarı girerek ödemeyi alıyor. Tüm bunlar olurken değil şifre girmek cihazınızı elinize almak zorunda bile kalmıyorsunuz. Zaten bir fastPay kullanıcısı olarak daha önce sisteme girdiğiniz kredi kartınızla cihaza bu izni önceden vermiş oluyorsunuz.

fastPay kullanıcıları, yurtdışındaki bankalarınki de dahil olmak üzere tüm bankalara ait kredi kartlarının eklenebildiği bu mobil uygulamayla üye işyerlerinde cep telefonlarıyla ödeme yapabiliyor. fastPay, cepten cebe 7/24 para gönderme ve üye banka ATM'lerinden hiçbir tuşa dokunmadan sesle para çekebilme özellikleri de sunuyor. Üstelik hem göndericinin hem de alıcının banka müşterisi olması gerekmiyor. Bir diğer özelliği de uzaktan ödeme deneyimi ki şu an için Türkiye'de bunun başka bir örneği bulunmuyor. Yani örneğin, fiziken bulunmadığınız bir mekanda ailenizin yediği yemeği ödeyebiliyorsunuz. Çam, Barcelona'dan İstanbul'a ödeme yapılabildiğini anlatıyor.



## SBERBANK, FASTPAY'İ YURTDIŞINA TAŞIYACAK

Uluslararası Bankacılık Kayıt Enstitüsü BAI'den "Dünyanın En İnovatif Projesi" ödülü alan fastPay uygulamasını, şimdiye kadar App Store, Google Play ve Windows Phone Store'dan 1 milyonu aşkın kişi indirdi. Gürhan Çam, "Aktiflik oranı henüz bir mobil bankacılık rakamlarına ulaşmasa da yeni yasayla birlikte mobil cüzdandan hız kazanacak. Şu an 90 bine yakın üye işyerimiz var. Bunu rahatlıkla 200-250 bine çıkarabiliriz ama sindire sindire ilerlemeyi, yeni kampanyalarla desteklemeyi amaçlıyoruz" diyor. fastPay'in başarısı DenizBank'ın ana

hissedarı Sberbank'ın da dikkatini çekmiş. Sberbank uygulamayı operasyonu olan bazı ülkelere götürmek istiyor. Bu bir yandan teknoloji ihracatı, ancak fastPay için öncelikle üye işyeri ağını büyütme anlamına geliyor.

Doğası gereği açık bir platform olarak geliştirilen fastPay, şimdilerde diğer bankalarla görüşmelerini de hızlandırmış. Peki hangi "üye banka" ortaklıklarıyla büyüyecek dersiniz? Çam, daha önce Turkcell'in ilgisiyle de gündeme gelen fastPay'in yeni iş ortakları konusunda şimdilik isim veremiyor.



Gürhan Çam

# Kahvenizi nasıl alırdınız? 'Tek dokunuş' mobil olsun

Türkiye'deki 45 mağazasında ayda yaklaşık 1 milyon misafir ağırlayan Caffè Nero, mobil ödeme seçeneğini geliştirip daha da pratikleştirdi. Kahveseverler, QR kodlarla sipariş verip, yine QR kod aracılığıyla "tek dokunuş" ile ödeme yapabiliyor...



Ayşe Akbal

**“M**ilano'da değilseniz, en iyi kahveci” sloganını kullanıyor. Ancak kökeni İtalya değil. 1997 yılında Londra'da kurulmuş ve kısa sürede İngiltere'nin en sevilen kahve zincirlerinden biri haline gelmiş. Bağımsız araştırma şirketi Allegra Strategies'in her yıl yayınladığı “UK Independent Coffee Shop Report” araştırmasında, 9 yıldır en beğenilen kahve zinciri seçiliyor. Bine yakın mağazası ve yaklaşık 5 bin çalışanıyla Avrupa'nın en hızlı büyüyen şirketleri arasında 23'üncü sırada yer alıyor...

Evet, Türkçe anlamı “Siyah Kahve” olan Caffè Nero'dan bahsediyoruz. İngiltere dışına 2007 yılında ilk kez Türkiye'yle açılan Caffè Nero, ardından Birleşik Arap Emirlikleri'nde, farklı Avrupa

ülkelerinde ve Kıbrıs'ta şubeler açmaya başladı.

Türk tüketicisi tarafından kısa sürede benimsenen bu markayı PSM'in “Örnek Üye İşyeri” sayfalarına konuk etmemizin gerekçesi ise fark yaratan mobil ödeme ve sadakat uygulamaları. Caffè Nero Türkiye Pazarlama Müdürü Ayşe Akbal ile markanın pazardaki konumunu ve mobil uygulamalarını konuştuk...

## **Caffè Nero'nun Türkiye'de ne kadar mağazası var? Türkiye kahve pazarındaki konumu nedir?**

Türkiye'deki ilk mağazamızı İstinye Park AVM'de açmıştık. Şu anda Caffè Nero'nun 7'si havalimanlarında, 6'sı İDO hızlı feribot, 4'ü İDO iskelelerinde olmak üzere toplam 45 mağazası bulunuyor. İDO hızlı feribotlarındaki 6 mağazanın dışındaki Caffè Nero

QR KODUNU İBARİSTAYA  
GÖSTERİN, DAMGALAR  
CEBİNİZDE BİRİKİSİNİ



MAĞAZALARIMIZ BÖLÜMÜNE  
TIKLAYARAK  
SİZE EN YAKIN  
MAĞAZAMIZI GÖREBİLİRSİNİZ.



MAĞAZALARIMIZ BÖLÜMÜNE  
TIKLAYARAK  
SİZE EN YAKIN  
MAĞAZAMIZI GÖREBİLİRSİNİZ.



ALUŞVERİŞLERİNİZDEKİ  
DAMGALARINIZI,  
TÜM İŞLEMLERİNİZİ  
SOSYAL MEDYADA  
PAYLAŞABİLİRSİNİZ.



DİLEDİĞİNİZ KREDİ KARTINI  
UYGULAMAYA EKLEYİN;  
ÖDEMELERİNİZİ  
MASTERCARD GÜVENCESİYLE  
GERÇEKLEŞTİRİN!



PROFİL FOTOĞRAFİNIZI  
DEĞİŞTİREBİLİR, KAZANDIĞINIZ  
DAMGA SAYISINI KONTROL  
EDEBİLİRSİNİZ.



MAĞAZALARIMIZ BÖLÜMÜNE  
TIKLAYARAK  
SİZE EN YAKIN  
MAĞAZAMIZI GÖREBİLİRSİNİZ.



şubelerinin 34'ü İstanbul'da, 2'si Ankara'da, 2'si İzmir'de, 1'i de Yalova'da hizmet veriyor. Her ay 500 çalışanımızla 1 milyonun üzerinde misafir ağırlıyoruz. Mağazalarımızı, kaliteli İtalyan kahvesiyle misafirlerimizin kendilerini evlerindeki gibi rahat ve huzurlu hissettiği, kaliteli müzik dinlediği, dostlarıyla buluştuğu, iş toplantılarını yaptığı, gazetelerini okuduğu, hayatın akışını izledikleri bir yer olarak tasarladık.

### Caffè Nero mağazalarında tüketici hangi ödeme araçlarını ne oranda kullanıyor? Cirodaki payı nedir?

Mobil ödemelerin payı, uygulamamızın yenilediği günden itibaren yüzde 5'lerden başlayarak hızla yükselmeye devam ediyor. Kalan kısım ise nakit ve kredi kartı arasında eşit oranlarda dağılıyor.

### Caffè Nero'nun geliştirilen mobil uygulamasıyla kahveseverleri ne gibi yenilikler bekliyor?

Öncelikle Türkiye'de yiyecek içecek sektöründe bir ilke imza atarak geliştirdiğimiz mobil uygulamayı çok daha fonksiyonel hale getirdik. Kullanıcısına birçok kolaylık sunan Caffè Nero uygulaması, kahveseverlerin ödemelerini de uygulama üzerinden alarak zamandan tasarruf ettiriyor. Bu kolaylığı "Tek dokunuşla kahve" şeklinde özetleyebiliriz. Uygulamamızın mobil ödeme özelliği sadece alanında bir ilk olmakla kalmıyor, aynı zamanda hayatı kolaylaştıran bir seçenek olarak da öne çıkıyor. Mobil ödeme özelliğini kullanmak isteyen kullanıcılar, kredi kartı bilgilerini sisteme bir kere kaydettikten sonra, ödemeyi de tek dokunuşla yapıyor. Uygulama, pratikliğin yanı sıra güvenlik bakımından da kullanıcıların aklında soru işareti bırakmıyor. Yeni yüzüyle çok daha kullanışlı olan Caffè Nero uygulaması sayesinde kahve tutkunları, QR kodlarla sipariş verdikleri favori içeceklerini, gittikleri Caffè Nero'ları ve uygulama üzerindeki birçok aktiviteyi, Facebook, Twitter ve Instagram hesapları üzerinden arkadaşlarıyla paylaşabiliyor, ödemelerini de yine bu QR kod aracılığıyla yapıyor.

### Caffè Nero'nun mobil uygulaması kim tarafından geliştirildi? Mobil ödeme konusunda hangi ödeme sistemiyle işbirliği yapıyorsunuz?

Caffè Nero olarak yeni mobil uygulamalar geliştirilmesi konusunda alanında uzmanlaşmış firmalardan destek alıyoruz. Yenilenmiş mobil uygulamamız Protel tarafından hayata geçirildi. Ayrıca mobil ödeme konusunda MasterCard'la işbirliği yaptık.

### Ücretsiz kahve kazandıran Nero Kart için de mobil seçeneği var mı?

Evet, Caffè Nero'nun kahve kazandıran Nero Kart'ı da uygulama üzerinde dijitalleştirilerek Baristaların hazırladığı 9 içecekten kazandığı dijital damgalar sayesinde bir içeceği ücretsiz alabilen kahveseverler, kazandıkları damgaları yine uygulama üzerinden arkadaşlarıyla da paylaşabiliyor.

Yenilenen mobil uygulama Caffè Nero'nun tüm kahve çeşitleri, diğer içecek ve yiyecekleri hakkında bilgiler de içeriyor. Kullanıcılar, en yakın Caffè Nero'nun nerede olduğunu yine uygulama üzerinde görüntüleyebiliyor, daha önce yaptıkları tüm işlemleri de "Aktiviteçerim" fonksiyonundan takip edebiliyor.

### Caffè Nero, müşteri sadakatini artırmak için başka ne gibi uygulamalar, kampanyalar geliştiriyor?

Dijital uygulamalarımızın yanı sıra kağıt "Nero Kart" uygulamamıza da devam ediyoruz. Müşteri sadakatini artıran, tüketicilerimiz arasında da oldukça yaygın ve beğenilen bir uygulama. Bu tarz uygulamalarımızın yanı sıra müşteri sadakatini, markaya olan sevgilerini ve ilgilerini artırmak için kahveyi tanıtan, kahveyi sevdiiren etkinlikler düzenlemeye devam ediyoruz. İlham Atölyesi de bu etkinliklerimizden biri.

Son İlham Atölyesi'nde dünyaca ünlü, ödüllü yemek bloğu Cafe Fernando'nun yazarı Cenk Sönmezsoy, yemek fotoğrafçılığı için ipuçları verdi. Ayrıca sosyal medya üzerinden çeşitli yarışmalar düzenliyoruz. Son olarak yaptığımız Sketch yarışması bunlardan biri. Caffè Nero misafirleri kahve eşliğinde yarattıkları çizimlerin fotoğrafını Instagram'da paylaşarak yarışmaya katıldı ve yarışma sonucunda jüri çizimler arasından seçim yaptı. Böylece Caffè Nero'nun yeni peçete koleksiyonunu kahveden ilham alan çizimler süsledi.

Önümüzdeki dönemde de hem mobil üzerinden, hem dijital ortamda hem de tüketicilerimizin kahvenin kokusunu hissedebilecekleri uygulamalar, kampanyalar, etkinlikler yapmaya devam edeceğiz. ☺



# Mobil merkezli dünya



**Ergi Sener**  
Metamorfoz ICT Inc.  
Kurucu Ortağı

Pek çok insan, 2020'de beyin dalgalarını yorumlayan cihazlar ve düşünceyle iletişimin mümkün olacağına inanıyor. Fütüristik cihazların insanlarla etkileşime geçip, günlük hayatta kullanıcıyı yönlendirecek şekilde kişisel asistanlara dönüşeceği dönem yakın...

**Artık mobil cihazlar** ve mobil uygulamalar olmayan bir hayat düşünemiyoruz. Mobil teknolojiler hayatımızı ve dünyamızı önemli ölçüde değiştirip geliştirirken; mobiliteye olan bağlılığımız da tüm alışkanlıklarımızı derinden etkiliyor.

## **Mobil teknolojilerle değişen tüketici davranışları**

Düşünecek olursak, 90'lı yıllarda bir konser

ya da etkinliğe gidildiğinde, deneyim genel olarak, dans etmek, eğlenmek ya da etkinliğe tamamen odaklanıp sahnelenen gösteri ya da spor müsabakasını izlemek şeklindeydi. Bugünse bambaşka bir süreç söz konusu: Özellikle, doğdukları günden itibaren tablet ve akıllı telefonlarla tanışan ve bu cihazları vücutlarının birer uzvuymuşçasına kullanan Y kuşağı (Generation Y), kullandıkları etkinlikleri mobil cihazlarıyla takip edip, yaşıyor.





2020'ye kadar dünya nüfusunun yüzde 70'inden fazlasının akıllı telefonu olacak. Bağlantılı cihaz sayısı da artan uygulama ve iş modellerine paralel olarak 26 milyara ulaşacak.

Bu da deneyimi, sahne alan sanatçı ya da sporcuları, cep telefonlarının kameralarıyla çekip, fotoğrafları ya da yorumları anında sosyal medyaya post etmelerine, düşüncelerini gerçek zamanlı paylaşmaya ve aynı anda farklı lokasyondaki etkinlik ya da olayları da takip etmelerine yol açıyor.

Ericsson'ın periyodik olarak yayınladığı ve en sonucusu geçen ay paylaşılan Mobilite Raporu (Mobility Report), mobil teknolojilerin yayılım hızını ve tüketici davranışlarına etkisini çarpıcı bir biçimde gözler önüne seriyor.

Raporda, 2020'ye kadar akıllı telefon sahipliğinin iki kattan fazla artacağı; dünya nüfusunun yüzde 70'inden fazlasının akıllı telefonu olacağı öngörülüyor. Bağlantılı cihazların (connected devices) da artan uygulama ve iş modellerine paralel olarak 2020'de 26 milyara ulaşacağı paylaşılıyor.

Raporda ayrıca, mobil teknolojilerin üç farklı kategoride davranışlara etkisi üzerinde durulmuş:

### 1- Sporun dijital imzası

Yazımın başında da bahsettiğim üzere, mobil teknolojiler, kullanıcı deneyimini zenginleştirerek; gerçek ve sanal dünyayı birleştirip, seyircilerin mobil cihazlarıyla katıldıkları etkinliklerin birer parçası haline gelmesine yol açıyor. Ericsson da raporunda bu konuya değiniyor.

Gerçek zamanlı görüntüleme/takip, sonuçların paylaşımı ve sosyal ağlar, günümüz etkinliklerinin ve özellikle spor müsabakalarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiş durumda. Bu dönüşüm, operatörlerin data trafiğini optimize edip, kullanıcıları tatmin edecek kalitede data hizmeti sağlayarak, müşterilerine yeni birtakım servisler sunmalarına da imkan sağlıyor.

Barcelona'da düzenlenen GSMA Mobile World Congress'de (Dünya Mobil Kongresi) Ericsson, bu tarz uygulamalara yönelik güzel bir uygulama örneği paylaşmıştı. Simülasyonda, Londra'da ortalama data kullanımı takip edilirken, özellikle bir alanda ortalamanın çok üzerinde kullanım göze çarpıyor. Bu alana odaklanıldığında, data kullanımının normalin oldukça üzerinde olduğu yerin Wembley Stadyumu; sebebinin de bir derbi karşılaşması olduğu anlaşılıyor. Maç sırasındaki sosyal medya paylaşımlarından yararlanılarak kulüp ya da futbolcuların forma ve ürünleri mobil pazarlamayla etkinlikte bulunan taraftarlara sunulurken, yaşanan coşkuya birlikte ürünlerin satışı artırılıyor.



Mobil dönüşüm, bu alanda daha pek çok servis ve ürünler için fırsatlar sunuyor. Operatörlerin son zamanlarda, sıklıkla spor salonları, stadyum ya da konserlere isim hakkı ya da sponsor olmasının nedenlerinden birini de bu tarz yeni servislerini sunma fırsatı oluşturuyor.

### 2- Data kullanımı

Ericsson'ın raporu, data kullanımının müşteri grupları arasında farklılık gösterdiğini de ortaya koyuyor. Daha az data tüketen müşteriler (light user) sosyal ağ ve iletişim servislerine önem verirken, daha çok data kullananlar (heavy user) arasında video servislerinin oldukça yaygın olduğu paylaşılıyor.

Data kullanımında da Pareto Kuralı'na benzer bir dağılım söz konusu: Kullanıcıların yüzde 10'u, data trafiğinin yüzde 55'ini oluşturuyor. Video trafiğinin de yüzde 40-60 arası sadece YouTube'tan kaynaklanıyor.

### 3- Ekran büyüklüğünün önemi

Raporun gösterdiği bir diğer önemli nokta da ekran büyüklüğünün, çözünürlüğün ve ekranın netliğinin mobilde kul-





Eskiden sadece ünlü kişilerin ya da politikacıların geniş kitlelere erişim imkanı vardı. Şimdiyse sosyal medyada herkes bir muhabir, yazar, kameraman, editör ya da genel yayın yönetmeni edasıyla kendini gösterebiliyor.



lanıcı deneyimini etkileyen ve farklı servislerin kullanımını tetikleyen önemli faktörlerden biri olarak öne çıktığı. Data tüketiminin en büyük katalizörü olan video kullanımı, büyük ekranlı cihazlarda daha iyi bir kullanıcı deneyimiyle destekleniyor. Son model akıllı cihazların ve Apple, Samsung gibi OTT (over the top) oyuncuların “hero model” olarak adlandırıldığı amiral gemilerinin ekranlarının sürekli büyümesinin

sebebi de bu ihtiyaca yönelik daha iyi bir deneyim sunma gayretinden kaynaklanıyor.

Küçük ekranlı telefonlarda, sadece video görüntülemek değil, web’den search yapmak ya da dokümanları okumak da oldukça zor olduğu için kullanıcılar açısından bir bariyer oluşturuyor. Ancak raporun bir çıktısı da ekranı oldukça büyük olan cihazlarda da tüketimin düşük olduğu. Nitekim bu nedenle üreticiler, son zamanlarda “phablet” olarak adlandırılan ara ürünlere odaklanmış durumda.

### Uygulamalar dünyasında iletişim

Ericsson’ın bir diğer mobil odaklı araştırması da “Uygulamalar Dünyasında İletişim” (Communication In the World of Apps) başlığını taşıyor..

Akıllı telefonlarımızın “İsviçre çakısı” misali pek çok farklı cihaza ihtiyacı ortadan kaldırarak hayatımızın merkezinde yer almasıyla birlikte; iletişimin de mektup, telgraf, hatta faksla yapıldığı dönemlerin, sanki siyah beyaz filmlerde kalmışçasına uzağında bulunuyoruz. Artık pek çok görüşmemizi ve toplantılarımızı Viber ya da Skype ile yapıyor, her konuda WhatsApp’tan mesajlaşıyor, Facebook Messenger’dan







chat'leşiyoruz.

Özellikle mobil internetin yaygınlaşmasıyla birlikte internet tabanlı iletişim uygulamalarının kullanımı önemli bir artış gösterdi. Eserlerinden en çok alıntı yapılan sosyal bilimcilerden ve iletişimcilerden biri olan Manuel Castells'in "üzereinden bilginin aktığı otoyol" (internet data highways) olarak nitelediği internetin, iletişimin geleceğinde de artan bir şekilde rol oynamaya devam edeceği Ericsson'ın son raporunda gözler önüne seriliyor.

İnternet üzerinden sesli iletişim (Voice over Internet Protocol - VoIP) günümüzde pek çok iletişim uygulamasına altyapı oluşturmuş durumda. Bununla birlikte Facebook ve Twitter gibi sosyal ağlar, kullanıcıların network'leriyle kolayca iletişim kurmalarına destek veriyor. Web'in gelişimiyle birlikte insanlar, dünyaya hitap edebilecekleri bir platformun da sahibi olmuş durumda. Eskiden sadece ünlü kişilerin ya da politikacıların geniş kitlelere erişim imkanı vardı. Şimdi internet bağlantısına sahip olan herkes bu avantaja sahip. Bu yüzde de sosyal medyada herkes bir muhabir, yazar, kameraman, editör ya da genel yayın yönetmeni edasıyla kendini gösterebiliyor.

Google'ın eski CEO'su Eric Schmidt de bu konuda "Arap baharı"nı örnek vermiş ve mobil teknolojiler sayesinde insanların dünya ile iletişimlerinin değiştiğine değinmişti. Schmidt'e göre "Arap baharında olduğu gibi, teknoloji sayesinde yoksul ülkelerdeki halklar her gün karşılaştıkları haksızlıkları dünyaya duyurabilmiş, bu da diktatörlüklerin yıkılması konusunda önemli bir etken olmuştu"...

### Uzakdoğulular mesajı tercih ediyor

Raporda belirtilen ve tahmin edilmesi çok da güç olmayan temel nokta, akıllı telefonlarla yapılan sayısız aktivenin arasında iletişimin hala ilk sırada yer alıyor olması. Rapora göre, akıllı telefonlarla geçirdiğimiz zamanımızın yüzde 30'dan fazlasını iletişim uygulamalarında harcıyoruz. Sürekli gelişen yeni nesil iletişim uygulamaları ve sosyal medya aracılığıyla



çevremizdeki kişilerle (hatta artık, lokasyon ya da yoğunluktan ötürü çok görüşemediklerimizle bile) temas kurmamız her geçen gün daha da kolay bir hale geliyor. Kullanıcılar iletişim uygulamalarını "her zaman açık" tutarak, sıkça kullanıyor ve bu uygulamalara sürekli erişim beklentisi içerisindedir. Öte yandan, pek çok konuda olduğu gibi kültürün iletişim üzerinde de önemli bir etkisi var. Örneğin, Amerikalı ve İngiliz kullanıcılar daha çok arama yaparken Japon ya da Güney Koreli kullanıcılar mesajlaşmayı tercih ediyor. Bununla birlikte, kullanıcıların çoğunun "machine learning" algoritmalarıyla çalışan sistemlerle iletişime ilgisi sürekli artıyor. Ericsson'un raporunda paylaşılan araştırmaya göre, akıllı telefon kullanıcılarının neredeyse yarısının, özellikle yeni teknolojilerin ya da uygulamaların nasıl kullanılacağını öğrenmede bir robottan destek almaya istekli oldukları belirtiliyor. İletişim amaçlı kullanılan uygulamalara bağlılığa etki eden



pek çok faktör de bulunuyor. Bunların arasında en önde gelenlerse uygulamaların kullanım kolaylığı, basit deneyimi ve arkadaş çevresinde popüler olması... Uygulamaların çok fazla yaygınlık kazanması, her zaman etkileyici bir özellik de olmuyor. Özellikle genç kesim arasında, kullanılan iletişim uygulamalarının toplumun geneline hitap etmeye başlaması hatta anne babaların bunları kullanmaya başlaması, uygulamaya karşı ilginin kaybolmasının ana sebeplerinden birini oluşturuyor.

Günümüz tüketici trendlerinin başında müşterilerin bilgiye ve iletişime, herhangi bir araç üzerinden, istedikleri anda ve yerde, sürekli erişimlerinin sağlanması geliyor. Gelecekte ayrıca, iletişimin cihazlar, platformlar ve ağ bağlantı türleri arasında kesintisiz bir biçimde, sürekli gerçekleşmesi önemli bir beklenti olarak öne çıkıyor. Bunu gerçekleştirmek üzere pek çok firma uygulamalarına yeni özellikler kazandırmaya başladı bile. Örneğin Hike, offline olan kullanıcılara mesajların ücretsiz olarak SMS ile gönderilmesini sağlıyor. Twitter ise abonenin ilgisini çelebileceği tweet'leri "Sen yokken öne çıkarlar" başlığıyla kişiselleştirmiş bir biçimde sunuyor.

Bugün geldiğimiz noktada iletişim oldukça gelişmiş olmasına rağmen, özellikle IoT ve wearables (giyilebilir teknolojiler) alanındaki gelişmelerle birlikte çok farklı bir boyut kazanacağı da aşikar. 2020'de beyin dalgalarını yorumlayan cihazlar ve düşünceyle iletişimin mümkün olacağına Ericsson'ın araştırmasına katılan pek çok kullanıcı tarafından inanılıyor. Gelecekte giyilebilir cihazlar ve bu cihazların türevi olan futuristic cihazların insanlarla etkileşime geçip, günlük hayatta kullanıcıyı yönlendirecek şekilde kişisel asistanlara dönüşeceği de heyecan verici teknolojik beklentilerden birini oluşturuyor. ⊖

Meraklıları Apple Watch'ı bekleme dursun yerli teknoloji şirketleri birbirini ardına yeni giyilebilir teknoloji ürünleri piyasaya sürüyor. Quadro, akıllı gözlük ve akıllı saatin ardından geliştirdiği akıllı yüzüğü, yakında ödeme sistemlerinin de emrine sunacak...

HÜSNIYE GÜNGÖR - hgungor@psmmag.com

# Yerli malı yurdun malı cebini seven bunları kullanmalı

**T**eknoloji meraklıların sabırsızlıkla beklediği Apple Watch nihayet Türkiye pazarında. Üç farklı sürümünün yanında 30'dan fazla modeli bulunan Apple Watch'ların en ucuzu 1.249 TL'den satılıyor. Lüks serisi Apple Watch Edition'un fiyatı ise 56 bin TL'ye kadar çıkıyor.

Peki giyilebilir teknolojilerin en popülerleri olan akıllı saatleri almak için bu kadar para vermeye gerek var mı gerçekten? Üstelik yerli teknoloji şirketleri birbirini ardına yeni giyilebilir teknolojilerini piyasaya sürerken...

Hızla değişen teknoloji dünyasında, çok değil 1 yıl önce popüler olan teknolojiler bile tüketicinin ihtiyaçlarını karşılamayacak hale gelebiliyor. Dolayısıyla günümüzde inovasyon ve Ar-Ge, tüketicinin ihtiyaçlarını canlı tutabilmek için şirketlerin elindeki en önemli silahlar olarak ön plana çıkıyor. Akıllı telefon ve tabletleri takiben akıllı saat, bileklik, gözlük gibi giyilebilir teknolojiler de tüketicinin ihtiyacını karşılaması açısından önemli hale gelmeye başlıyor. Giyilebilir teknolojiler kategorisine nisan ayında akıllı saatiyle adım atan Apple ile birlikte bu pazarda geliştirilen ürün çeşitliliği de hızla artıyor.

## 160 farklı giyilebilir ürün var

Araştırmalar, giyilebilir teknoloji pazarının 2019 yılında 53.2 milyar dolara ulaşacağını



## AKILLI YÜZÜK

Kapıları açacak, kredi kartı yerine de kullanılacak

Değerli madenlerden üretilen Quadro akıllı yüzükler, NFC kablosuz iletişim teknolojisiyle çalışıyor. Bu sayede dışarıdan şarj edilmesi gibi herhangi bir güç gereksinimi bulunmuyor. IP68 su geçirmezlik standartlarına sahip Quadro SR-98 akıllı yüzükle yapılabilecekler oldukça fazla. Kartvizit paylaşım özelliğiyle iletişim bilgilerini sadece bir dokunuşla aktarabiliyor, tek dokunuşla cihazdan diğer mobil cihazlara resim ve karakterler içeren özel mesaj gönderilebiliyor.

Akıllı kilit ve program kilidi özellikleriyle güvenli erişim sağlarken, görünmesi istenmeyen programları da gizlemek mümkün. Ayrıca farklı ortamlar için birden fazla uygulamayı tek dokunuşla otomatik çalıştırabiliyor, mobil cihazın internet tarayıcısındaki herhangi bir linki tek dokunuşla başka cihazlara taşıyabiliyor.

Tesla Teknoloji, kısa bir süre sonra güvenli kapı açma/kapama uygulamalarında ve kredi kartı alternatifi olarak ödeme sistemlerinde de Quadro akıllı yüzüğün kullanılabilmesi için mühendislik çalışmalarını sürdürüyor.



## AKILLI SAAT

“Telefonum nerede” kabusuna son veriyor

Quadro'nun Android, iOS, Windows VEYA Symbian sistemli bütün telefonlarla kullanılabilen akıllı saat serisi, “Bilişim Zirvesi 2014”te “Yılın Akıllı Mobil Ürünü” ödülüne layık görülmüştü. Quadro Smart Watch S88 ile mesajlarınızı ve maillerinizi okuyabiliyor, müzik dinleyebiliyor, bildirimlerinizi izleyebiliyor, sesli görüşmelerinizi kulaklık ya da hoparlörle yapabiliyorsunuz. Ayrıca ne kadar yürüdüğünüzü, kaç kalori yaktığınızı da takip edebilirsiniz. ‘Anti-Lost’ teknolojisi sayesinde, telefonun kaybolma ya da çalınma riski de büyük ölçüde ortadan kaldırılmış. Remote Capture teknolojisi sayesinde kullanıcılar uzaktan resim çekme fonksiyonunu kullanarak sevdikleriyle aynı fotoğraf karesinde yer alabiliyor.

Quadro bu yaz akıllı saat ürün yelpazesine bir yenisini daha ekledi. Quadro Smart Watch S90'in en dikkat çeken özelliği ise şık tasarımı. Alışlagelmiş standart saatlerdeki yuvarlak görüntüye sahip tasarımıyla dışarıdan bakıldığında normal bir saat izlenimi veriyor. Quadro Smart Watch S90'in ekranına bakıldığında otomatik olarak uyku modundan çıkıyor. S90 menüsünde geri dönmek için geri tuşu ya da herhangi bir düğme kullanmaya gerek yok. Bu fonksiyonu kullanmak için ekranda çapraz bir çizgi çizilmesi yeterli oluyor. Quadro'nun bir önceki akıllı saat modelinde bulunmayan iPhone uygulama desteği, Smart Watch S90'a eklenmiş durumda. Quadro Smart Watch S90'in öne çıkan bir başka noktası da adım sayar ve uyku monitörünün sadece saat üzerinden değil, telefon üzerinden de takip edilebiliyor olması. Quadro Smart Watch S90, KDV dahil 399 TL fiyat etiketiyle piyasaya sürülüyor.

öngörüyor. Bu alan sadece teknoloji devlerinin değil; sağlık, giyim, mücevherat gibi pek çok sektörün de odak noktası haline geliyor. Teknoloji araştırma ve danışmanlık şirketi International Data Corporation'ın (IDC) son araştırması, 2015'in ilk çeyreğinde 11.4 milyon giyilebilir teknoloji ürünü satıldığını ortaya koyuyor. 2014'ün ilk çeyreğinde bu rakam 3.4 milyondur.

Şu anda dünya pazarında 160 civarında farklı giyilebilir cihaz bulunabiliyor. Bir başka araştırma şirketi IDTechEX'in tahminlerine göre, bu teknolojilerin pazarı önümüzdeki 10 yıl içerisinde 70 milyar dolara ulaşacak.

## Yerli şirketler de boş durmuyor

Giyilebilir teknolojilere artan ilgi, Türk teknoloji şirketlerini de harekete geçiriyor. Türk halkının teknolojiye ilgisi yüksek olsa da bu konuda yeterince yerli Ar-Ge ve markalaşma çabası olmaması Türkiye piyasasında bir boşluk yarattı. Bazı firmaların denemeleri tüketici taleplerini karşılayamayınca yerli ürünlere karşı negatif bir imaj oluşmuştu. İşte Tesla Teknoloji, Quadro

## AKILLI GÖZLÜK

Fotoğraf/video çek, müzik dinle, telefon et, web cam olarak kullan

Google Glass'ın perakende satışları durdurulunca yeni akıllı gözlüklerin piyasaya çıkacağından ümidi kesen tüketicinin yüzünü yerli bir markayla güldürdü. Quadro'nun akıllı gözlükleri geçen nisan ayından bu yana piyasada. Quadro'nun güneş gözlüğü formundaki akıllı gözlükleri 15 MP'ye (megapiksel) kadar fotoğraf çekip 1080P formatında video kaydedebiliyor. Müzikçalar, bluetooth, wi-fi bağlantı seçenekleri olan Quadro akıllı gözlüklerle, gözlüğünüzdeki görüntüyü telefonunuz üzerinde canlı olarak (live stream) takip etmeniz ya da görüşmelerinizi gözlüğünüzle yapmanız mümkün. Hatta Quadro akıllı gözlüğünüzü bilgisayara bağlayıp web-cam olarak kullanabiliyorsunuz. Model seçeneğine göre 4-6 saat arasında kullanım imkanı sunan Quadro akıllı gözlük serisi, farklı görünüm özelliklere sahip 4 farklı modelle satışa sunuluyor.



## “KENDİ CİHAZINI GETİR, KENDİ CİHAZINI GİY, KENDİ GÜVENLİĞİNİ AL!”



**Sinem Tirkeş**  
Vizyon ARGE Satış Müdürü

Kişisel sağlık bilgileri, ziyaret edilen yerler, konum bilgisi, kaç adım atıldığı, e-mailler, fotoğraflar, kişisel ya da şirket verileri kısacası giyilebilir akıllı

cihazınızda bulunan her şeye gerekli güvenlik önlemleri alınmadığı takdirde siber suçlular tarafından erişilebilir. Bu cihazların bankacılık, akıllı ödeme sistemleriyle birlikte senkronize çalıştığı düşünüldüğünde işin ekonomik boyutu da siber suçluların bu teknolojilere olan ilgisini artırıyor.

İş hayatına getirdiği kolaylık gibi avantajlarla bu teknolojilerin kullanımı kurumlarda da yaygınlaşacak. Akıllı cihazların kullanımının yaygınlaşmasıyla siber suçlular özellikle kullanımı yaygın olan cihazlardaki zaafiyetlere odaklanıyor. Giyilebilir teknolojilerde ister istemez yakın bir gelecekte hayatımızın vazgeçilmez bir parçası olacak. Bu teknolojileri kullanan kişiler muhakkak güvenlik önlemleri tarafında da bilinçlenmeli ve gerekli güvenlik tedbirlerini almalı. Mobil teknolojilerin kurumların ağlarına girmesiyle BYOD (kendi cihazını getir) kavramı siber güvenlik alanına farklı bir bakış açısı getiriyor. Bugün giyilebilir teknolojilere bağlı olarak WYOD (kendi cihazını giy) siber güvenlik alanında dikkat edilmesi gereken bir nokta. Özellikle kurumların IT çalışanları bu cihazların kullanımıyla ilgili gerekli IT politikaları belirlemeli.

## 799 TL'YE AKILLI TELEFON VE AKILLI SAAT BİR ARADA

TeknoSA, temmuz ayından itibaren “Preo” markasıyla kendi akıllı telefon ve saatini tüketiciyle buluşturmaya başladı. Preo P1 akıllı telefon ve Pwatch akıllı saatleri 81 ildeki TeknoSA mağazalarında ve online alışveriş sitesi Teknosa.com'da satışa sunuluyor.

TeknoSA'nın Private Label ürünü Preo Pwatch, sağlıklı ve hareketli bir yaşam arzu edenler için tasarlanmış.

Preo Pwatch adım sayma, mesafe takibi, harcanan kaloriyi gösterme, uyku düzenini ve kalitesini takip etme ve vücut kitle indeksini ölçme özelliklerinin yanı sıra diyet programı yapabilmeye de imkan tanıyor. Farklı ve renkli kayışlarıyla modayı da beraberinde getiren Pwatch, 99 TL'lik makul fiyatıyla da dikkat çekiyor. Lansman dönemine özel Preo P1 telefon ve Pwatch akıllı saat birlikte 799 TL'den satışa sunuluyor.



markasıyla birbiri ardına piyasaya sunduğu yerli giyilebilir teknoloji ürünleriyle bu algıyı değiştirme iddiasında. Markanın ürün yelpazesine sürekli yeni giyilebilir cihazlar ekleniyor.

TeknoSA'nın da temmuz ayında “Preo” markasıyla kendi akıllı telefon ve saatini tüketicilerle buluşturduğunu belirtelim.

## Büyük markalar es geçerken...

Tesla Teknoloji Kurucu Ortağı ve Quadro Türkiye Müdürü Serkan Gezici, tüketicinin giyilebilir teknolojilerle ilgili beklentisinin yüksek olduğuna dikkat çekiyor. Büyük markaların rekabet yüzünden tüketicinin istediği tüm özellikleri tek bir üründe sunamadığını düşünen Gezici, “Quadro akıllı saatleri, Türk kullanıcılarının isteklerine cevap veren özellikleriyle kısa sürede pazarda büyük bir yer kazandı. Quadro'nun bu hızlı yükselişinin ardındaki en büyük etkense büyük markaların es geçtiği bir boşluğu doldurması oldu. Büyük markalar, rakiplerini pazarda güçsüzleştirmek için sadece kendi ürünlerine uyumlu akıllı saatler sunuyor. Quadro ise piyasadaki tüm akıllı telefonlarla entegre olarak çalışabilir” diyor. Şimdilik giyilebilir teknolojinin en kullanış ve şık örneklerini oluşturan akıllı saatler, kullanıcının da en çok ilgi gösterdiği ürün grubu. Akıllı gözlük ve akıllı yüzük gibi yerli teknolojiler de ilgi çekiyor.

## “GELECEKTE TEKNOLOJİYİ AYRI BİR CİHAZ OLARAK TAŞIMAYACAĞIZ”



**Serkan Gezici / Tesla Teknoloji Kurucu Ortağı - Quadro Türkiye Müdürü**

Tesla Teknoloji, adını ünlü fizikçi Nicola Tesla'dan alıyor. Yenilikçi, ileri teknolojilere sahip ürünler üretmek ve bunları kullanıcılarına sunmak amacıyla yola çıktık.

Geride kalan 3.5 yılda bu amacı büyük ölçüde gerçekleştirdiğimize inanıyorum. Bu süreçte bütün ürün gruplarında ama özellikle giyilebilir teknolojilerde Quadro markası ön plana çıktı. Önümüzdeki dönemde de IT ve giyilebilir teknolojiler alanında öncü marka konumumuzu

sürdürmek ve bir Türk markasının ileri teknoloji ve kaliteli ürünler üretebileceğini ispatlamak istiyoruz. Giyilebilir teknolojilerin çok hızlı bir şekilde gelişeceğini sanırım artık teknolojiyle yakından ilgili bütün herkes görebiliyordur. Önümüzdeki birkaç yılda teknoloji kullanan herkesin birden fazla giyilebilir teknoloji ürünü kullanabileceğini düşünüyorum. Önümüzdeki dönemde bulut bilişim, mikroçip, organik çip gibi konularda yapılan çalışmalarla birlikte teknolojiyi ayrı birer cihaz değil, bir giysi veya aksesuar olarak taşımaya başlayacağız.



# ÖDEME SİSTEMLERİ SEKTÖRÜNÜN RAKİPSİZ DERGİSİ

Sektörün tüm temsilcilerini  
kapsayan zengin içerik

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

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

## Abone Formu

# PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE



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

Adı Soyadı: .....

Adresi: .....

Posta Kodu: .....

Şehir: .....

Tel: .....

Faks: .....

### Ödeme Bilgileri

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

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

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

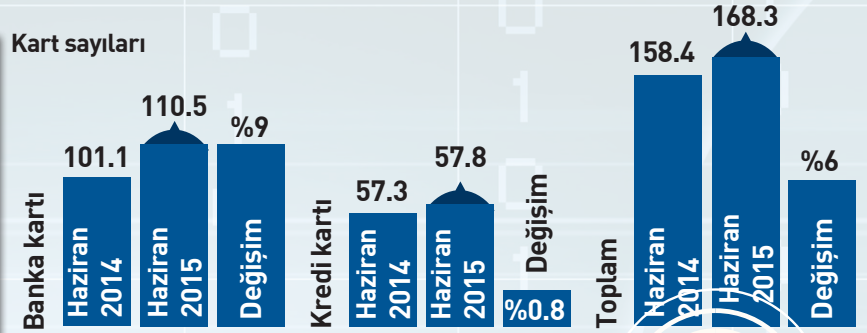
## Kart sayısı 170 milyona koşuyor

TABLO 1

### Toplam kart sayısı 168 milyonu geçti

Bankalararası Kart Merkezi (BKM) verilerine göre, 2015 yılının haziran ayı sonu itibarıyla Türkiye'de 110.5 milyon banka kartı, 57.8 milyon da kredi kartı bulunuyor. 2014 yılının aynı dönemiyle karşılaştırıldığında banka kartı sayısında yüzde 9 oranında artış olduğu görülüyor. Kredi kartı sayısındaki artış oranı ise yüzde 0.8 seviyesinde kaldı. 2014 yılının haziran ayı sonunda 158.4 milyon olan toplam kart sayısı ise bu yılın aynı döneminde yüzde 6 artışla 168.3 milyona yükseldi.

Kart sayıları

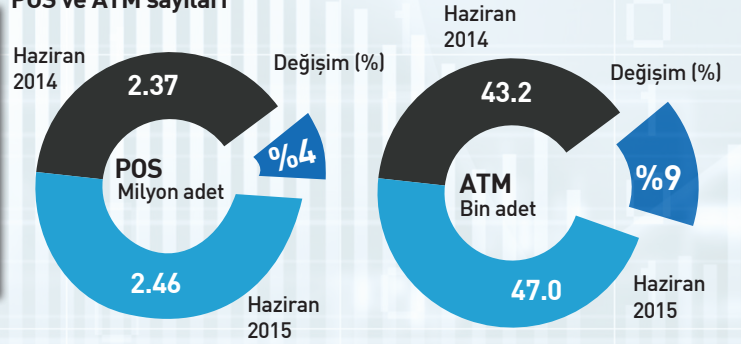
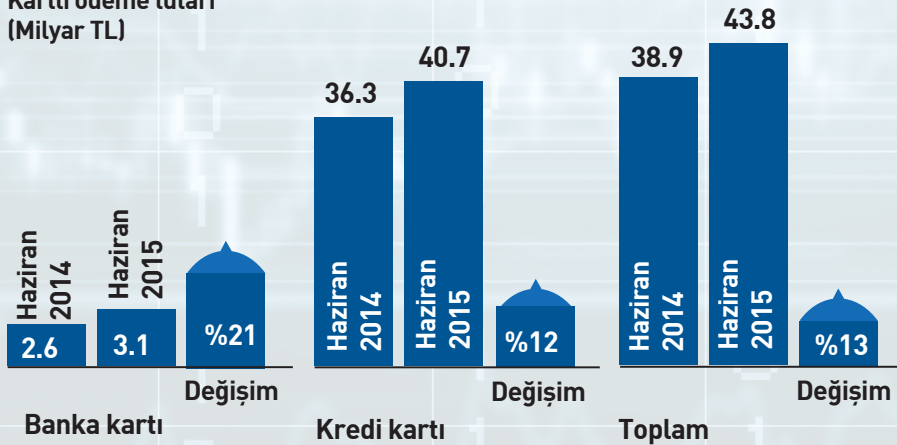


TABLO 2

### ATM sayısı 47 bini buldu, POS sayısı 2.5 milyona yaklaştı

Haziran 2015 sonu itibarıyla Türkiye genelinde kullanılan ATM sayısı 47 bine ulaştı. Bu rakam, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 9 artışa işaret ediyor. Bir önceki ay olan mayısa göre ise yaklaşık 200 yeni ATM'nin kurulduğu görülüyor. Haziran ayı sonunda POS sayısı ise 2014 yılının aynı ayına göre yüzde 4 artışla 2.46 milyon adet oldu.

POS ve ATM sayıları

Kartlı ödeme tutarı  
(Milyar TL)

TABLO 3

### Kartlı ödemeler yüzde 13 büyüdü

Bankalararası Kart Merkezi'nin açıkladığı haziran ayı verilerine göre toplam kartlı ödemelerdeki büyüme oranı yüzde 13 seviyesinde oluştu. 2014 yılı haziran ayında banka kartıyla yapılan ödeme tutarı 2.6 milyar TL civarındaydı. Bu yılın aynı döneminde söz konusu tutar yüzde 21 büyümeye 3.1 milyar TL'ye ulaştı. 2014 yılı haziran ayında 36.3 milyar TL olan kredi kartıyla ödeme tutarı ise yüzde 12 artışla 40.7 milyar TL oldu.

## TABLO 4

## Banka kartlarının kartlı ödemelerdeki payı yüzde 23

Banka kartlarıyla yapılan ödemelerin payı artışı sürdürüyor. Banka kartlarını özellikle günlük alışverişlerde ve küçük çaplı ödemelerde cüzdandan çıkarıyoruz. Nitekim BKM'nin haziran ayı verileri de bunu doğruluyor. Banka kartıyla yapılan ödemelerin geçen yılın haziran ayında toplam kartlı ödemeler içerisindeki payı yüzde 21 iken, bu oran bu yılın aynı döneminde yüzde 23'e ulaştı.

## Banka kartlarının kartlı ödeme adedi içindeki payı

%21

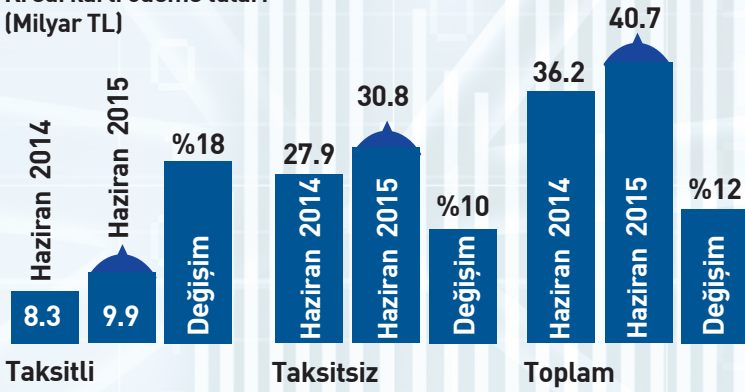
Haziran 2014

%23

Haziran 2015



## Kredi kartı ödeme tutarı (Milyar TL)



## TABLO 5

## Taksitli ödeme tutarı 10 milyar TL sınırına dayandı

2015 yılı haziran ayında kredi kartıyla yapılan 40.7 milyar TL'lik ödemelerin 9.9 milyar TL'si taksitli ödemelerden oluştu. Taksitli ödemelerde geçen yılın aynı ayına göre yüzde 18 artış kaydedildi. Peşin ödemelerdeki artış oranı ise yüzde 10 seviyesinde oluştu.

## TABLO 6

## Taksitli ödemelerin payı 1 puan arttı

Taksit sınırlaması ve bazı sektörlerde getirilen yasaklar nedeniyle azalan taksitli ödemeler bir süredir yeniden artış trendindeydi. Ancak önceki aylardaki artış hızı biraz yavaşlamış görünüyor. Bankalararası Kart Merkezi verilerine göre, 2014 yılının haziran ayında yüzde 23 olan taksitli ödemelerin toplam kredi kartı ödemeleri içindeki payı, bu yılın aynı ayında 1 puanlık artışla yüzde 24'e yükseldi.

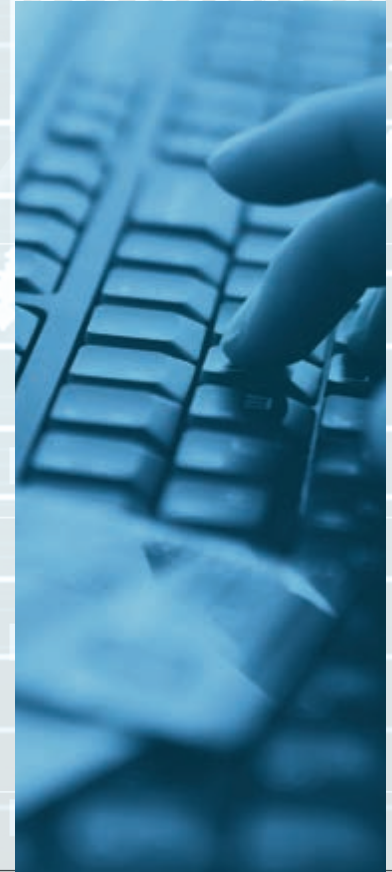
## Taksitli ödemelerin kredi kartı ödemeleri içindeki payı

%23

Haziran 2014

%24

Haziran 2015



# Finansal hizmetlerin mobilite ve kimlikle koalisyonu

Hızla gelişen teknoloji ve kuşak dönüşümü, “mobil kimlik” kavramını öne çıkarıyor. Dünya nüfusunun yarısına denk gelen X ve Y kuşaklarının güvenini kazanan rekabette öne geçecek...

**T**elstra Research, kuşak dönüşümüyle ilgili yeni bir rapor yayınladı. Rapora göre, kuşak dönüşümünden çok da dünya nüfusunun yarısını oluşturan X ve Y kuşakları etkileniyor. X ve Y kuşaklarının dijital mobil teknolojilere adaptasyonu ise kurumlar için fırsatlarla birlikte riskler de yaratıyor. Nitekim “Mobil Kimlik” raporunun en temel argümanı da dijital teknolojilerin bu kuşakların kimlik tespiti tercihlerini değiştirdiği...

Rapor, güven paradigmasının kim olduğumuzu ispat etme zorunluluğundan kim olduğumuzun tespit edilmesine doğru kaydığını söylüyor. Gerek kimliklerimizin gerekse finansal hizmetleri tüketme biçimimizin kaçınılmaz bir şekilde mobil cihazlarla iç içe geçtiğinin ifade edildiği rapora göre bu, mobil kimliğin ne kadar kritik olduğuna işaret ediyor.

## Müşteri “her daim” orada

Akıllı telefonlar, piyasaya çıktığından itibaren 7 yıl içinde tüketicinin finansal hizmetlere erişiminde öncelikli araçlardan biri haline geldi. Rapora göre, bu bir dönüm noktası ve sektörü geri dönüşü olmayacak bir şekilde değiştirdi. Rapor, giderek birbiriyle daha bağlantılı hale gelen hayatlarımızın tahmine dayalı, kişiselleştirilmiş ve mevcudiyet temelli finansal uygulama deneyimi beklentileri yarattığını; bunun da “her daim hazır”

bir müşteri bağlılığı modeli karakterize ettiğini belirtiyor ancak riskleri de şöyle sıralıyor:

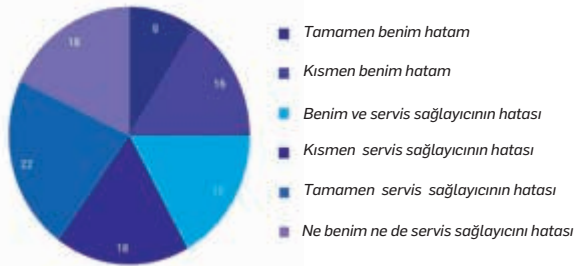
“Diğer yandan, mobil cihazların finansal hizmetler dünyasına açılan ana kapılar haline gelmesiyle hem bireyler hem de kurumlar için yeni riskler ortaya çıkıyor. Siber suç, genelde oldukça organize, çok yetenekli, fazlasıyla kaynağa sahip, internet ve bağlı cihaz ve sistemlerdeki herhangi bir zayıflığı istismar etmeye hevesli endüstriyel güç faillerinin sahası haline geldi. Siber suçun doğasındaki bu sismik hareket kimliklerimizin kişisel hayatlarımız, bilgi, kurumlar ve sundukları hizmetleri güvenli hale getirmedeki rolünü yeniden tasarlamayı gerektiriyor.”

## X ve Y jenerasyonlarını kazanan, kazanır

Telstra'nın “Analyse This, Predict That” başlıklı son raporunda da veri çözümlerinin finansal kurumlar için özellikle de kişisel bilginin yerinde kullanımıyla ilgili yeni riskler yarattığına dikkat çekiliyor. Raporda yeni bir müşteri bağlılığı modelinin gerekliliğinden bahsediliyor. Bu modelin de tüketicinin finansal kurumlara beslediği güveni güçlendirirken yaratılan değeri artıran bir analizi temel alması gerekiyor.

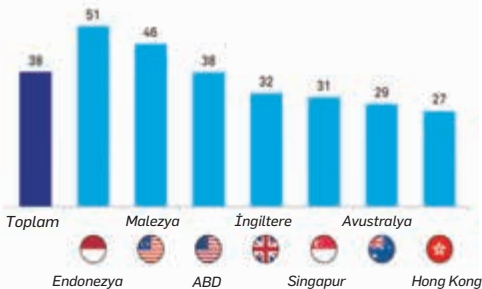
Asya Pasifik bölgesi, Avrupa ve ABD çapında 7 ülkede yürütülen araştırma, kişilerin ve mobil cihazların kimliğine ilişkin tutumlarımızın nasıl değiştiğini ortaya koyuyor. Araştırma raporunda, kurumlardaki büyümeyi X ve Y kuşaklarını ve bu kuşakların kontrolündeki cüzdanları önce kazanıp sonra dijital olarak kendisine bağlayabilme kabiliyetinin belirlediğine ilişkin bir matrise de yer veriliyor. Raporda, müşterilerin sergilediği farklı tutumlar, mobil cihazlarla yaratılabilecek etkileşimler ve bunların tüketicinin finansal hizmet veren kurumlarla ilişkilerine olası etkisi de analiz ediliyor:

## KİMLİK HIRSIZLIĞINDA HATA KİMİN?

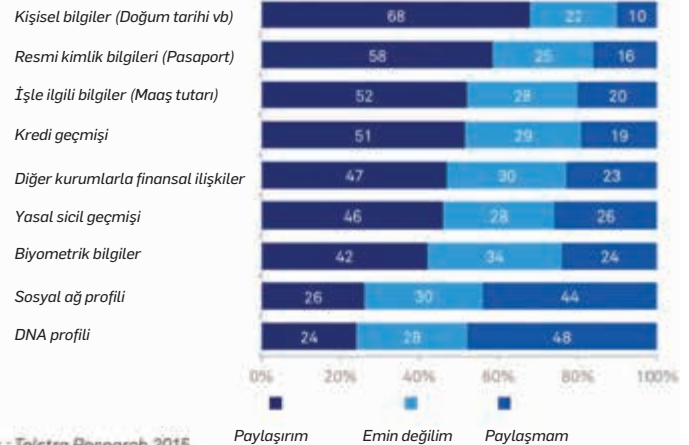


Kaynak: Telstra Research 2015

## KİŞİSEL YA DA DOLAYLI OLARAK KİMLİK HIRSIZLIĞINA MARUZ KALANLARIN ORANI (%)



## X VE Y KUŞAKLARI FİNANSAL KURUMLARLA HANGİ BİLGİLERİNİ PAYLAŞABİLİR?



Kaynak: Telstra Research 2015



## HER 4 İNGİLİZDEN BİRİ 2016'DA APPLE PAY'İ KULLANACAK



MasterCard'a göre Britanyalılar, Apple Pay'in temmuz ayı ortasındaki İngiltere lansmanının ardından tereddüt etmekle birlikte mobil ödemeleri kabullenmeye başladı. MasterCard araştırması, Britanyalıların yüzde 25'inin önümüzdeki yıl içinde akıllı telefonlarıyla temassız ödeme yapmak istediğini gösteriyor. Araştırmaya katılanların yüzde 33'ü daha önce telefonlarıyla doğrudan banka hesaplarına bağlanan ödeme yöntemine hazır olmadığını, ama kredi kartıyla ilişkilendirilmiş bir mobil ödeme yöntemini tercih edebileceğini belirtiyor. Diğer bir yüzde 33 ise kredi kartıyla bağlantılı bir mobil ödeme yöntemini daha güvenli bulduğu için tercih ediyor. Tüm yeni teknolojilerde olduğu gibi tüketicinin özellikle de güvenlikle ilgili kaygılarından ötürü başlangıçta tereddüt etmesi doğal karşılanıyor. Tüketicilerin yüzde 70'i telefonlarını kaybettikleri anda paralarının başkaları tarafından harcanabileceği kaygısını taşıyor. Yüzde 50'den fazlası telefonlarının hack'lenip parasının çalınabileceğinden çekiniyor. Yüzde 40'i ise kendileri denemeden önce başkalarından mobil temassız ödemelerin güvenli olduğunu öğrenme ihtiyacı duyuyor.

## CEP HARÇLIĞI TARİH Mİ OLUYOR?

Intelligent Environments'in yaptığı bir araştırma, çocuklarına cep harçlıklarını dijital yöntemlerle ödeyen ebeveyn sayısının arttığına işaret ediyor. Ancak dijital alışkanlıklarla büyüyen yeni nesillere karşılık Birleşik Krallık'ta sadece iki bankanın 11 yaşın altındaki çocuklara hitap eden hizmetleri bulunduğu belirtiliyor. 2 bin ebeveynle online olarak gerçekleştirilen araştırma, yıllar içinde çocuklara cep harçlığı verme yöntemlerinin değiştiğini gösteriyor. Ebeveynlerin yüzde 34'ü haftalık olarak çocuklarının dijital hesaplarına para aktarırken yüzde 28'i cep harçlığını Minecraft ve Moshi Monsters gibi sosyal oyun siteleri ya da iTunes gibi online hizmetler aracılığıyla dijital para birimi olarak ödüyor. Ailelerin çoğu cep harçlığı almanın çocukların para yönetimi yeteneklerini geliştirmede önemli bir adım olduğuna inanıyor. Ailelerin yüzde 80'i çocuklarını ufak yaşta itibaren dijital para yönetimiyle tanıştırdıklarını



belirtiyor ve bunun önemli bir hayat bilgisi olduğuna, ileriki yaşlarda finansal yönetimlerine katkıda bulunacağına inanıyor. Araştırmada dikkat çeken bir diğer nokta da ailelerin yüzde 38'inin çocuklarına cep harçlığı vermek yerine çocukları adına açtıkları bir tasarruf hesabına düzenli olarak para aktarmayı tercih etmesi.

## SAMSUNG PAY, GLOBAL YOLCULUĞUNU MEMLEKETİNDEN BAŞLATTI



Samsung, mobil ödeme platformunun Kore lansmanını gerçekleştirdi. Samsung Pay'in Kore'de başlattığı bir aylık demo dönemi, global olarak diğer bölgelere açılmadan önceki hazırlık süreci olarak değerlendiriliyor. Samsung'un resmi blogunda duyurulduğu üzere, Samsung Pay'i

başlangıçta sadece Galaxy S6 ve Galaxy S6 edge sahipleri kullanabilecek. Uygulamayla Kore'deki Samsung Pay kullanıcıları, bölgedeki rakip mobil ödeme hizmetlerine göre daha fazla noktada harcama yapabilecek. NFC ve manyetik şerit teknolojili kart okuyucularının her biriyle çalışabilen ilk ve tek sistemin de Samsung Pay olduğu belirtiliyor. Bunun da servisin yaygınlaşması için uygun zemin yarattığı ifade ediliyor. Samsung yeni hizmetiyle Apple Pay'le yarışıyor. Uygulamada kart tanımlama aşamasındaki güvenliğe çok önem veriliyor. Sisteme kart numarası girilmiyor. Bunun yerine banka kartınızla ilişkili şifreli özel bir token gönderiliyor. Sistem parmak izi tanımlama ya da şifre girmeyi gerektirdiği için ödeme yapmak da çok daha güvenli. Şimdilik sadece Güney Kore'de ikamet eden Galaxy S6 ve Galaxy S6 edge sahiplerinin kullanabildiği Samsung Pay'in diğer ülkelere de gitmesinin çok uzun sürmeyeceği düşünülüyor.



# Toplumunu da parayı da teknoloji değiştirir

**K**anadalı ressam Blair Ferguson imzalı bu tablo, Kanada Merkez Bankası'nın toplantı salonlarından birinde asılı. Tablo, paranın tarih içinde nasıl değişikliğe uğradığını resmediyor.

Kanada Merkez Bankası Kıdemli Başkan Yardımcısı Carolyn Wilkins, 2014 yılının kasım ayında Willfrid Laurier Üniversitesi'nde misafir ekonomist olarak katıldığı dersi bu resimle açıyor. Kendisi de aynı üniversiteden mezun olan Wilkins, "Dijital Dünyada Para" başlıklı sunumunda, "Tarihe bakıldığında, para ve ödeme sistemleri hizmet ettikleri toplumu yansıtır. Ve toplumlar gibi para da teknolojiyle şekil değiştirir" diyor.

Altın ve kakao çekirdekleri dışında bu nesnelerin hiçbirinin özünde

anamlı bir değeri olmadığına dikkat çeken Wilkins'e göre, bu nesnelerin her biri insanlar onları para olarak kabul ettiği için para. Wilkins, paranın şu üç işlevi yerine getirmesi gerektiğini söylüyor:

- 1.** Para, bir takas aracı olarak hizmet etmeli. Örneğin, okul harcı ödediğinizde karşılığında eğitim alırsınız. Bir diğer yöntem de barter ama bu hem komplike hem de etkili değil.
- 2.** Para, bir değer saklama biçimi olarak hizmet etmeli. Örneğin, tüm yaz boyunca çalıştıysanız, okul harcı ödeme vakti geldiğinde kazandığınız her bir doların yine bir dolar edeceğini bilmek istersiniz.
- 3.** Para, fiyatları karşılaştırabilmeniz için bir hesap birimi olarak hizmet etmeli. Yeni bir akıllı telefonun fiyatını piyasadaki diğerleriyle kıyaslamak için...

# 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](http://www.bkmexpress.com.tr)

# Ingenico Yeni Nesil Masaüstü YazarkasaPOS Gelir İdaresi'nde Onayda!

1,5 milyon Ingenico EFTPOS'u ile tam 20 yıldır esnafın yanında olan  
Ingenico şimdi de Masaüstü YazarkasaPOS iDE280'i geliştirdi.

iDE280 ile POS ve yeni nesil yazarkasa özellikleri tek bir cihazda  
birleşiyor, cihaz kalabalığı ortadan kalkıyor.

Gelir İdaresi Başkanlığı'na onaya sunulan iDE280 çok yakında piyasada!



Ingenico iDE280  
YazarkasaPOS



Ingenico  
Mobil EFT-POS



Ingenico  
Masaüstü  
EFT-POS



PCI PTS  
4.x



Akıllı Kart



Manyetik Kart



Temassız Kart



Dokunmatik  
Renkli Ekran



Ethernet



GPRS

PAVO

ingenico  
GROUP

www.ingenico.com.tr



0850 250 40 30

ikasa.com.tr