

PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

MAYIS 2016 / SAYI: 61 / FİYATI: 10 TL

www.psmmag.com



**MÜŞTERİSİYLE EL ELE,
KOL KOLA BÜYÜYEN EKİP**

TÜRKİYE'NİN YENİ ÖDEME YÖNTEMİ

troy

İLE İŞLEMLER BAŞLADI



Dr. Soner Canko



AUSTRIACARD
read the future

Burak Bilge:
ÖDEME
SİSTEMLERİNİN
HER ALANINA
HİZMET
VEREBİLİYORUZ



SİZİN GÜVENDİKLERİNİZ BİZE GÜVENİYOR



1.200.000

Dünyada Aktif Profilo Ödeme Sistemleri Yazar Kasa Sayısı



2.300

Teknik Servis Uzman Sayısı



360

81 İl ve 258 İlçede Yetkili Servis Noktası



147

Dünyada Onaylı Ürün Çeşidi



12

Faaliyet Gösterdiğimiz Ülke Sayısı



Ücretsiz Kurulum

BİZE GÜVENENLER

KFC, Pizza Hut, Domino's Pizza, McDonald's, Burger King, Little Caesars Pizza, CarrefourSa, Migros, ŞOK, Starbucks, Carribou Cafe, Pizza Bulls, The House Cafe, Godiva, Hilton Worldwide, Conrad Hotels, Dedeman, Arby's, Hard Rock Cafe, HD İskender, Kahve Dünyası, Sütis, Kitchenette, Pizza Lazza, Subway, Num Num, Midpoint, Günaydın, Karafırın, Aslı Börek, Sbarro, Sahan, Pelit, Saray, Popeyes, Develi, Big Chef, Venge, Kaşbeyaz, Hacıbaşar, GoMongo, Burger House, Kırççeği, Kırkpınar, Wagamama, Sosa, Tadım Pizza, Çöpçü, Öğütler, Üçler, Bambi Cafe, Fan Fang, Güllüoğlu, Waterlife, Libelle, Barbekü Polonez, Shakespeare, Lera Fresca, Tepe Güvenlik A.Ş., İstanbul Yiyecek İçecek Grubu, Altunbilekler, Bereket Döner, Dönerci Ali Usta, Mavi Balık, Eataly, Dry White Kuru Temizleme, Zambak Yayıncılık, Gönül Kahvesi, Cookshop, Usta Dönerci, Bağ Pastaneleri, Burda, Uludağ Lezzet Beldesi, Nüanstur, Carlotta Hotel, Döner Bahçesi, Uludağ Lezzet Beldesi, Dilruba, Arena, Adella, Fırıncı Orhan, Dünya Grup, Baklavacı Hacıbabaa...

Yeni Nesil Yazar Kasa

PROFILO

En Akıllı Tercih "0"


12 ülke için geliştirdiği 147 yazar kasa modeli ve uluslararası tecrübesiyle sektörünün lideri Profilo Ödeme Sistemleri, şimdi de Yeni Nesil Yazar Kasalar ile esnafımızın yüzünü güldürüyor.



Yeni Nesil Yazar Kasa Profilo YK-8200

- 4 satır kullanıcı, 2 satır müşteri ekranı
- Kullanımı kolay 35 tuş ergonomik klavye
- EFT POS, 1D/2D barkod okuyucu terazi/yazıcı ve çekmece portu (3 seri, 2 USB)
- Uluslararası Vesa montaj standardı
- 6 kademeli kullanım açısı
- GPRS/PSTN (Opsiyonel)
- EFT POS'larla uyumlu
- 100.000 PLU



 İSTER MASAÜSTÜ
İSTER MOBİL

Yeni Nesil Yazar Kasa POS Profilo Verifone VX680-E1

- 3,5" dokunmatik ekran
- Tüm kredi kartlarıyla uyumlu
- 19 Banka uygulamasını destekler
- NFC Temassız Kart Okuma
- EMV Level 1,2 güvenlik sistemi
- Geleceğe Hazır MSR, Smart Card
- PCI 3.X
- 10.000 PLU
- GPRS



* Opsiyonel



PROFILO
ÖDEME SİSTEMLERİ

profiloodemesistemleri.com
profilovx680e1.com
profiloyk.com

 0850 222 72 72
R2 R2



Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

Fatura ödeme merkezlerinin sesine kulak verin

BKM sözünü tuttu ve Nisan 2016 itibarıyla Türkiye'nin Ödeme Yöntemi TROY ile işlem yapılmaya başladı. BKM Express'ten sonra Türkiye ödeme sistemleri sektörüne çok önemli bir markayı daha kazandıran BKM Genel Müdürü Dr. Soner Canko ve ekibini kutluyor, PSM olarak TROY'a "Hoş geldin" diyoruz. Umarız TROY projesi başarılı olur ve Canko'nun umduğu gibi Türkiye'nin "nakitsiz toplum" vizyonuna katkıda bulunur...

Daha önce fatura ödeme merkezleriyle ilgili haberleri mutlaka okumuş ya da izlemişsinizdir. Genelde vatandaşın topladığı fatura paralarıyla ortadan kaybolan, birçoğu "merdiven altı" olarak tabir edilen ödeme noktalarıyla ilgiliydi bu haberler. Ödeme hizmetleri ve elektronik para kuruluşlarının faaliyetlerini yeniden düzenleyen ve denetim altına alan 6493 sayılı yasayla birlikte oyunun kuralları değişti, artık bu tür haberleri okumaz, duymaz olduk...

PSM olarak bu sayımızda, fatura ödeme merkezlerinin bu yeni dönemine ışık tutmaya çalıştık. Fatura tahsilatı aracılığının önde gelen üç temsilcisi; N Kolay, Faturavizyon ve FÖY'ün (Fatura Ödeme Yeri) yöneticileriyle görüştük. Önümüzdeki sayılar için BDDK'dan lisans alan ya da lisans başvurusuna onay bekleyen fatura ödeme merkezleriyle de görüşmelerimiz sürecektir...

Fatura ödeme merkezi yöneticileri, faaliyet alanlarının yasayla belirlenmesinden ve BDDK tarafından denetlenmekten memnun. Ancak hemen hepsi, hala "merdiven altı" olarak çalışan bazı merkezlerin ödeme almaya devam ettiğine dikkat çekiyor. Hatta bazıları internette reklam bile yapıyorlar! BDDK'nın bir an önce denetimleri başlatarak bu haksız rekabete çözüm bulmasını istiyorlar. Lisans alabilmek için onca çaba ve yatırımdan sonra onlara hak vermemek elde değil...

Fatura ödeme merkezleriyle ilgili haberlerimizin aynı zamanda bazı okurlarımız için fırsat olabileceğini düşünüyorum. 10 bin TL'den başlayan yatırım maliyetleriyle, BDDK lisansı bulunan fatura ödeme merkezlerinin temsilcisi olmak mümkün. Hatta mevcut bir işyeri olanlar, sadece bir kiosk ile bu işi yapabilir. Ayrıntılarını haberlerimizde bulabilirsiniz... Keyifli okumalar.



www.psmmag.com

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

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

EDİTÖRLER
Esin Gedik, Berrin Uyanık Bekar,
Seda Uygun Pala (Dış Haberler)

YAYIN KOORDİNATÖRÜ
Kayhan Öztürk

HABER MÜDÜRÜ
Orhan Pala

DÜZELTMEN
Celalettin Kafesoğlu

FOTOĞRAF
Çelik Çelikyaman

GÖRSEL TASARIM
Medya Gündem
Dijital Yayıncılık

HABER MERKEZİ
Fatih Rençberler,
Selin Paratutmaz, Burak Taşçı

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

REKLAM & REZERVASYON
suygun@psmmag.com

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

BASKI
Vatan Ofset Yayıncılık ve Matbaacılık A.Ş.
Doğan Medya Teşisleri 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.

pidion
MT360E
Yeni Nesil Yazarkasa POS

TÜBİTAK
VE MALİYE
BAKANLIĞI
ONAYLI!

ÖMÜR BOYU
EKÜ GARANTİSİ

SEYYAR
ya da
SABİT

GMP3 ENTEGRASYONU



mikrosaray
Ödeme Sistemleri

www.mikrosaray.com.tr
www.yeninesilpos.com

444 31 81

iÇİNDEKİLER

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE • MAYIS 2016



30

AYIN EKİBİ

AUSTRIA CARD
Müşterisiyle el ele, kol
kola büyüyen ekip



14 VİTRİN
En büyük 100 perakendeciden
35'inin e-ticaret sitesi yok!

20 ÖDEME YÖNTEMİ
Türkiye'nin Yeni Ödeme Yöntemi
TROY ile ilk ödeme yapıldı

22 ORTAKLIK
Büyük yazarkasa dönüşümü için
stratejik ortaklık

24 E-TİCARET
Artık Çinliler de Türkiye'de
e-ticaret yapabilecek!

25 E-PARA
İlker Diker, 15 milyonluk
Papara'ya ortak oldu

28 ÖDEME / E-PARA
"Ödeme hizmetleri ve e-para
sektörü 4 yılda 5'e katlanacak"

36 VİZYON
PSD2 fintech'lere istedikleri
ortamı hazırlayacak

38 E-TİCARET
Erkekler ihtiyaca göre, kadınlar
spontane hareket ediyor

42 E-PARA
Kapalıçarşı'dan çıkan CMT,
e-paranın buluşma noktası olacak

45 ATM
Yazılımı eski ATM'ler büyük
risk altında!

46 ÖDEME HİZMETLERİ
N Kolay, 5.500 yeni
temsilcilik verecek

50 ÖDEME HİZMETLERİ
25 bin TL'lik yatırımla kârlı
bir iş fırsatı

52 ÖDEME HİZMETLERİ
FÖY'ün yeni hedefi e-para ve
uluslararası para transferi

54 MEVZUAT
MASAK mevzuatındaki değişiklikler
ödeme hizmetlerini nasıl
etkileyecek?

56 MOBİL ÖDEME
Mobilin sokağa inme zamanı geldi!

62 EXTRE
Kartlar TROY ile çıkışa geçecek

64 DÜNYADAN
Mobil bilet sektörü
yüzde 40 büyüyecek



► MasterCard'tan 'fark yaratan' bankalara ödül

MasterCard, "Fark Yaratanların Gözüyle Dünyaya Bakmak" temasıyla düzenlediği Catalyst 2016 organizasyonunda bankaları ödüllendirdi. "Satış", "Pazarlama", "Yılın En İyi Müşteri Değeri" ve "Yılın İnovasyonu" olmak üzere dört kategoride toplam 16 bankanın fark yaratan projeleriyle ödüle layık görüldüğü etkinlik, MasterCard Genel Müdürü Yasemin Bedir'in konuşmasıyla açıldı. Konuşmasında tüketici alışkanlıklarındaki değişime dikkat çeken Bedir, "Bugün artık hepimiz, zamanı çok

iyi yönetmek, basit günlük işlerden arta kalan zamanı ise kendimize ve sevdiğimizlere ayırmak istiyoruz. Diğer yandan dijital bir evrim geçiriyoruz ve alışveriş biçimleri dahil hayatımız gözle görülür şekilde değişiyor. Biz MasterCard olarak buna 'Hayat hızında ödemeler' diyoruz. MasterCard olarak inovatif çalışmalarımızın ve yatırımlarımızın neredeyse tamamını buna yöneltmiş durumdayız" dedi. Ödül töreni öncesinde MasterCard Hızlı Büyüyen Avrupa Pazarları Kıdemli Başkan Yardımcısı Onur



Yasemin Bedir

Kurşun da bir sunum yaptı. Kurşun, özetle şu değerlendirmeyi yaptı: "Günümüzde müşteri tecrübesinin kalitesi, tüketicinin ürün ve firma tercihlerinde en önemli rolü oynuyor. Bu nedenle mobil, web, yüz yüze gibi tüm kanallarda tüketiciye hızlı, güvenli, kolay bir müşteri tecrübesi sunmak, finans kuruluşları için ana rekabet unsurlarından biri oldu. MasterCard olarak, teknolojiye yaptığımız yatırımlar ve Türkiye'de kurduğumuz inovasyon merkeziyle ödeme sistemleri konusunda hayatımızı kolaylaştıran tüm yenilikleri dünyada ilk olarak Türk bankaları ile hayata geçirmeyi hedefliyoruz."



Cep telefonlarını POS'a dönüştüren Ödeal İşyerim, cirosunu yüzde 97 artırdı

Cep telefonlarıyla banka kartı ve kredi kartıyla tahsilat yapılmasını sağlayan Ödeal İşyerim uygulaması hızlı büyümesini sürdürüyor. Şirket, 2015 son çeyrek rakamlarına göre; 2016'nın ilk çeyreğinde üye işyeri sayısını yüzde 50, cirosunu ise yüzde 97 artırdı. Özellikle sabit maliyetleri, aylık hedefleri, aylık kotalar gibi kriterler nedeniyle POS cihazı alamayan ya da almak istemeyen günlük işlem hacmi küçük işletmeler ve bireysel girişimlere kredi kartı ve banka kartıyla tahsilat imkanı sunan Ödeal İşyerim, 72 ilde 60'dan fazla sektörde hizmet veren 7 bin 500'ü aşkın kullanıcıya ulaştı. Türkiye'de mobil tahsilat uygulamaları alanında büyük bir potansiyel olduğunu söyleyen Ödeal İşyerim Kurucusu Fevzi Güngör,

"Ödeal İşyerim ile sunduğumuz mobil tahsilat hizmeti çok hızlı kabul gördü ve kullanıcı sayımızı artırmaya devam ediyoruz. Orta vadede finansal teknolojiler alanında bölgesel bir şirket haline gelmek için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bu doğrultuda, 2016 yılında aylık 50 milyon TL hacme ulaşmayı hedefliyoruz. Ürün ve hizmet çeşitliliğimizi artırmak için de çalışmalarımızı yürüteceğiz"



Fevzi Güngör

diyor. Önümüzdeki dönemde özellikle ödeme sistemleri alanındaki fintech'lerin yoğun yatırım alacağını öngören Güngör, bu alandaki potansiyeli de şöyle değerlendiriyor: "BKM verilerine göre Türkiye'de şu anda 200'ün üzerinde fintech yatırımı var. Bu yıl dünya genelinde fintech ticaret hacminin 19.6 milyar dolara ulaşması bekleniyor. 2017 yılına kadar mobil ödeme sistemlerine yapılacak yatırımın ise 823 milyar dolar olacağı tahmin ediliyor. Dolayısıyla fintech sektörü dünyada olduğu gibi Türkiye'de de büyük potansiyele sahip ve bu alanda yatırımlar artacak. Biz de Ödeal İşyerim olarak 2016'yı önemli büyüme oranlarıyla tamamlamak üzere çalışmalarımızı sürdüreceğiz."

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



nShield Connect



payShield 9000



nShield Solo



nShield Edge



nShield Connect

THALES HSM Çeşitleri Verisoft Güvencesiyle Size Çok Yakın...

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



verisoft
Security Alliance

THALES



verisoft

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

► Aktif Bank, kart artışında rekor kırdı

Aktif Bank, "MasterCard Catalyst 2016" ödülleri kapsamında, satış kategorisinde kredi kartı sayısını bir yıl içinde en yüksek oranda artıran banka oldu. Bankanın 2014 sonunda 690 bin olan toplam kart sayısı, 2015 sonu itibarıyla 1 milyon 685 bine yükseldi. Aktif Banka kredi kartı sayısında yüzde 99, toplam kart sayısında ise yüzde 144 büyüme sağladı. Birincilik ödülünü alan Aktif Bank CEO'su Serdar Sümer, törende özetle şu konuşmayı yaptı: "Yeni nesil bankacılık anlayışıyla hizmet veren ve şubeleşme stratejisi olmayan bir yatırım bankası olarak, bireysel bankacılık alanında ulaştığımız ölçek, sektörde bizi

tamamen farklı bir yere taşımış durumda. Aktif Bank ve iştiraklerinin sunduğu ödeme sistemleri çözümleri ve bireysel finansman ürünlerinde dönen günlük işlem adetleri, sektörde binlere yakın şubesi olan bankaların ulaştığı adetlerle kıyaslanabilir seviyelere ulaştı. Konvansiyonel yöntemlerle yapılan işleri tekrarlamak yerine, her zaman düşük rekabet avantajının kullanılabildiği niş pazarlara odaklanıyoruz. Büyük bir dağıtım ağı ve maliyet gerektiren bireysel bankacılık faaliyetlerini, pazarda etkin olan diğer dağıtım teşkilatlarıyla işbirliği yaparak büyütmeyi tercih ediyoruz."



Serdar Sümer

Cardtek ile Turpak yeni nesil pompa yazarkasa için güçlerini birleştirdi

18 akaryakıt dağıtım şirketinin 7 bin 500 istasyonuna teknoloji ve hizmet sağlayan Turpak ile Cardtek, akaryakıt alımlarında hayatı kolaylaştıracak ve kayıt dışıyla mücadele ederek ülke ekonomisine katkı sağlayacak yeni nesil pompa yazarkasa için güçlerini birleştirme kararı aldılar. 2013 yılında çıkan yeni nesil ödeme kaydedici cihazlar (ÖKC) tebliği üzerine Türkiye'nin ilk yeni nesil yazarkasa POS uygulamasında teknoloji tedarikçisi olan Cardtek, bu konudaki uzmanlığını Turpak'ın üreteceği yeni nesil pompa yazarkasalar üzerinden de vermeye hazırlanıyor. Cardtek, yeni iş ortağı Turpak ile birlikte yeni nesil pompa ÖKC'lerden anında gönderilecek online bilginin, Maliye Bakanlığı'na ulaştırılarak kayıt dışı ekonominin önüne geçilmesini sağlayacak ve pompada yakıt alımı sonrasında kartlı ödeme ile araç sahiplerinin hayatını kolaylaştıracak. Turpak CEO'su Tamer Şengönül, Turpak'ın, 2003 yılından beri pompa yazarkasa teknolojisinde,

akaryakıt sektörünü ve Maliye Bakanlığı'nı destekleyen birçok çalışma yaptığını, bugün sektörün en çok tercih edilen pompa yazarkasa üreticisi olduklarını vurguluyor. Şengönül, "Pompa ÖKC'ler, akaryakıt istasyonlarındaki patlayıcı ortamlarda çalışan cihazlardır. Pompacıların her satış için plaka girişi yapması ve onlarca farklı pompa çeşidiyle haberleşmesi gerekiyor. Ayrıca bu cihazlara hizmet veren servislerin, gerekli emniyet ve çevre eğitimleri alarak petrol şirketleri tarafından

patlayıcı ortamlarda çalışmaya yetkilendirilmesi şart" diyor. Cardtek CEO'su Ayşe Nil Sarıgöllü ise güçbirliğiyle ilgili şu değerlendirmeyi yapıyor: "Türkiye'nin ilk uygulamaya alınan yazarkasa POS projesinde teknoloji tedarikçisi olarak yer aldık. Yürürlüğe giren yazarkasa POS geçişiyle büyük oranda kayıt dışı ekonominin önüne geçildi. Bu projede geliştirdiğimiz Paycore ürünümüzle tüm bankalara standart bir yapıyla hizmet sunmaktan büyük memnuniyet duyuyoruz. 2015 itibarıyla üzerinden 200 milyonu aşkın finansal işlem gerçekleşen Cardtek ile akaryakıt sektöründe de yeni nesil pompa yazarkasa geçişiyle ülkemiz için yeni bir dönem daha başlıyor. Yeni pompa ÖKC'ler üzerinden yapılan her işlemin kayıt dışıyla mücadelenin yanı sıra verginin tabana yayılması, denetimde etkinliğin artırılması, denetim standartlarının geliştirilmesiyle bu dönemin Türkiye için çok önemli bir adım olduğunu düşünüyorum."



Ayşe Nil Sarıgöllü

Tamer Şengönül

Bu yenilik gerçek



XTM Şube'de sıra beklemek yok, hızlı hizmet var.
Kısıtlı işlem yok, tüm bankacılık işlemleri var.
Sesli yanıt sistemi yok, canlı destek var.



KUEYTTÜRK
SAĞLAM BANKACILIK

444 0 123 | www.kueytturk.com.tr

► BonusFlaş, 2015'in "En İnovatif Ürünü" seçildi

Garanti Ödeme Sistemleri tarafından geçen kasım ayında tanıtılan "BonusFlaş" uygulaması, MasterCard'ın Catalyst 2016 etkinliğinde, 2015 yılında Türkiye ödeme sistemleri pazarına yeni katılan "En İnovatif Ürün/Hizmet" ödülünü kazandı. Kampanya takibi, kart bilgileri sorgulama, limit artırım talebi, borç ödeme ve



mobil ödeme gibi işlemleri tek bir platform üzerinde sunan BonusFlaş uygulaması, 5 ay gibi kısa bir sürede 1.5 milyon kullanıcıya ulaşma başarısı göstererek bu ödüle layık görüldü. Garanti Ödeme Sistemleri Dijital Pazarlama ve Ticari Kartlar Genel Müdür Yardımcısı Çağrı Süzer, BonusFlaş'ın ödülünü MasterCard Türkiye ve Azerbaycan Genel Müdürü Yasemin Bedir'den aldı.



Yasemin Bedir

Çağrı Süzer

Online alışverişte de taksiti seviyoruz

PayU, gelişmekte olan ülkelerin e-ticaret ve fintech potansiyelini ortaya koyduğu bir çalışma yayımladı. Dünyanın en büyük fintech etkinliği olan Money20/20 Europe'ta yayımlanan çalışmada, Türkiye'nin de içinde olduğu Orta/Doğu Avrupa, Latin Amerika, Hindistan ve Afrika'daki e-ticaret pazarları analiz edilerek buradaki yatırım ve gelişme fırsatları ortaya konuldu.

Çalışma sonuçlarına göre Afrika, yüksek e-ticaret büyümesi ile dikkat çekiyor. Güney Afrika'da yetişkin nüfusun neredeyse yarısının akıllı cihazı olması ise dijital işlemler için bu bölgede büyük fırsatlar sunuyor. Dünyanın en büyük üçüncü internet kullanıcı tabanına sahip Hindistan'da kullanıcıların yüzde 50'den fazlası mobil internet kullanıyor.

Kredi kartı penetrasyonu ve bankacılık hizmetlerine erişim düşük olduğu için alternatif ödeme araçlarının kilit rol oynadığı Latin Amerika'da nakit alışverişlerin yüzde 50'den fazlası ise PayU

üzerinden yapılırken Polonya'da online alışverişlerin yüzde 80'inden fazlası para transferiyle gerçekleştiriliyor. Araştırmada Türkiye'nin de içinde yer aldığı Orta ve Doğu Avrupa'daki durum da mercek altına alındı.



Emre Güzer



Batı Avrupa gibi doyuma ulaşmış pazarlara göre daha fazla getiri sağlayan bu bölgedeki pazarlara dönük hamleler yapan PayU, 2020 yılında Euro Bölgesi'nin yüzde 1.6 oranında büyümesini beklerken Orta ve Doğu Avrupa'nın yüzde 2.6 oranında bir büyüme sergileyeceğini düşünüyor. Bu bölgede 2015 yılında yüzde 44 olan akıllı telefon penetrasyonunun bu yıl sonu itibarıyla yüzde 52'ye, 2018'de ise yüzde 62'ye çıkacağı öngörüsünün yapıldığı analizde, Türkiye'deki tüm online alışverişlerin yüzde 55'inin taksitle gerçekleştiği kaydedildi. Konuyla ilgili açıklama yapan PayU Avrupa, Ortadoğu ve Afrika (EMEA) Müdürü Mario Shiliashki, Türkiye'nin son yıllarda

e-ticaret alanında bölgedeki varlığını güçlendirdiğini belirterek "Lisans sürecinin başında yaptığımız yatırımlarla tüm sunucularını Türkiye'ye taşıyan ilk ödeme kuruluşu olduk. Türkiye, dinamik ve yenilikleri yakından takip ederek uygulayan bir ülke. Buradaki ekibimizi, bu yıl itibarıyla 40 kişiye çıkardık. Bu, Türkiye ekonomisinin sunmuş olduğu potansiyele olan inancımızın bir yansıması olup şu ana kadar yaptığımız yatırımların artarak devam edeceğinin de göstergesi" dedi.



N KOLAY

Aktif Bank'tan N Kolay Kredi

Kredinin kolay hali

Hemen nkolaykredi.com.tr'ye gir,
başvurunu kolayca yap, paran cebinde olsun.



► Profilo Ödeme Sistemleri, Batı Avrupa'ya Belçika'dan girdi

Profilo Ödeme Sistemleri, dünya çapında 147'nci ürün onayını Belçika'da, Farex Secure Box mali modül için aldı. Böylece aktif olduğu ülke sayısını 12'ye çıkaran Profilo Ödeme Sistemleri, Batı Avrupa pazarına da adım atarak dünya markası olduğunu bir kez daha kanıtlamış oldu. Farex Secure Box, Profilo Ödeme Sistemleri'nin Belçika mali mevzuatına göre geliştirdiği, Belçika Maliye Bakanlığı'ndan teknik ve idari onayını aldığı FDM (Fiscal Data Module) olarak tanımlanan bir ürün.

Farex Secure Box, ülkelerin kendi mevzuatlarına göre Maliye Bakanlığı ya da Gelir İdaresi tarafından belirlenen bir protokolle sahada mevcut, mali olmayan sistemleri donanımlarını değiştirmeden mali hale dönüştürüyor. HORECA (otel-restoran-kafe) sektörünün tercih ettiği ürün, yazarkasa ya da PC POS sistemleriyle haberleşerek kümülatif satış ve KDV tutarlarını güvenli mali hafızasına şifreli bir şekilde kaydediyor ve devlete

yerinde denetim kolaylığı sağlıyor. Kullanıcı, üzerinde yazıcı, klavye, ekran gibi bileşenleri olmayan ürünün üzerinden herhangi bir işlem yapamıyor.

Haberleşme protokolü dışında silinemez ve değiştirilemez hafızası, fiş detaylarını içeren özgün kodun fişe basılması ve hafızada saklanması, fiziksel tahribat oluşmadan açılması mümkün olmayan dış kasa gibi güvenlik

özelliklerine sahip olan ürünün endüstriyel tasarımdan donanım ve gömülü yazılıma kadar tüm bileşenleri sıfırdan Profilo Ödeme Sistemleri tarafından yapıldı. Vesa duvar montajı tekniğine sahip Farex Secure Box; şık, ergonomik ve pratik tasarımıyla isteğe göre duvara ya da monitör arkasına monte, veya masaüstünde kullanılabilir.



En büyük 100 perakendeciden 35'inin e-ticaret sitesi yok!

Positive a Digital Approach tarafından yapılan e-ticaret ve perakende sektörü analizine göre Türkiye, e-ticarette henüz potansiyelinin yarısından azını kullanıyor. Rapor, 2015 yılında e-ticaretin 25 milyar TL'lik hacme ulaşarak genel perakendeden yüzde 1.3 pay aldığı ortaya koyuyor. Raporda, Türkiye'deki en büyük 10 perakende şirketinin tüm perakende sektörü cirosunun yüzde 57'sini oluşturduğu, bunun da yaklaşık 47.5 milyar TL'ye tekabül ettiği yer alıyor. Ancak bu 10 markadan 5'inin henüz e-ticaret sitesi olmadığına da vurgu yapılıyor.

Türkiye'deki en büyük 100 perakendeciye bakıldığında ise 35'inin e-ticaret sitesi olmadığı görülüyor. Perakende sektöründeki en yüksek ciro, süpermarket kategorisinde görülüyor. İlk 100

içerisindeki 17 süpermarket markası yaklaşık 42.6 milyar TL ciro yapıyor. Bu 17 süpermarket markasından da 13'ünün e-ticaret sitesi bulunmuyor.

Çarpıcı bir veri de kredi kartlarıyla ilgili. Rapora göre, Türkiye'deki 55 milyon kredi kartının sadece 22 milyonu e-ticaret işlemlerinde



de kullanılmış. Yani kredi kartlarının geriye kalan yüzde 60'ı hiç internette kullanılmamış görülüyor. Positive Kurucu Ortağı Caner İstı, "Bu veri bize Türkiye'de kredi kartı sahibi olan ancak henüz internette alışveriş deneyimini yaşamamış büyük bir kitle olduğunu gösteriyor. Henüz hiç e-ticaretle tanışmamış kart kullanıcıları, internette alışveriş yapar hale geldiğinde e-ticaret hacminde ciddi bir büyüme olacağını öngörüyoruz. Önümüzdeki günlerde özellikle de hızla olgunlaşmakta olan e-perakende sektöründe ciddi büyüme oranları görülecek. Positive olarak markalara bu büyük fırsatı değerlendirebilmeleri için altyapımızı her geçen gün büyüyen sektörün ihtiyaçları doğrultusunda geliştiriyoruz" diyor.

Zirvenin Yıldızı

Ödeme sistemleri alanındaki başarılarımızla birçok ödüle layık görüldük. Gururluyuz, zirvenin yıldızı olmaya devam edeceğiz...



► Şekerbank'a MasterCard'tan üçüncü kez ödül

Şekerbank, MasterCard tarafından yapılan değerlendirme sonucu "2015 Yılında Ticari Kredi Kartı Portföyünü Adetsel Olarak En Fazla Büyüten Banka" ödülünü aldı. Son 2 yıldır MasterCard'ın "Ticari Kartlarda Oransal Olarak En Hızlı Büyüyen Banka" ödülünün sahibi de olan banka, yine bu ödülü kredi kartı ve banka kartını birleştirdiği, sektörde bir ilk olan "Üreten Kart"ın katkısıyla kazandı. 2014 sonunda 15 bin adet olan "Üreten Kart" sayısı, geçen yılın sonunda 40 bin 500'ü aşarak Şekerbank'a bu yıl da "Ticari Kredi Kartı Portföyünü Adetsel Olarak En Fazla Büyüten Banka" ödülü getirdi. "MasterCard 2015 Ödülleri"

kapsamında verilen ödülü, MasterCard Güneydoğu Avrupa ve Ukrayna İş ve Ürün Geliştirme Direktörü Yiğit Çağlayan, Şekerbank Perakende Bankacılık Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Gökhan Ertürk'e sundu. Esnaf ve işletme sahipleri "Üreten Kart" ürünü ile tüm şirket harcamalarını gerçekleştirirken, aynı zamanda şubeye gitmeden ATM'den ticari taksitli kredi başvurusu yapabiliyor, kredi tutarını da ATM'den çekebiliyor. Söz konusu kart, esnaf ve işletme sahiplerine tüm bankacılık ürünlerini tek bir hesap özetiyle, yani tek bir ekstreye takip edebilme imkanı da sağlıyor.



Yiğit
Çağlayan

Gökhan
Ertürk

İnternet ve mobil bankacılık için iki aşamalı güvenlik

Türkiye vatandaşı yaklaşık 50 milyon kişinin kimlik bilgilerinin internete sızdırıldığı yönündeki haberlerin ardından, özellikle internet üzerinden bankacılık hizmetlerinden yararlanan banka müşterilerinin bilgilerinin online bankacılık işlemlerinde kullanılabilmesi konusunda soru işaretleri oluştu. Uluslararası bankaların yanı sıra Türkiye'nin önde gelen 9 bankasının internet ve mobil bankacılık uygulamalarının güvenlik altyapısını da sağlayan KOBIL, m-Identity Application Security Technology (AST) çözümüyle online bankacılık işlemlerini her türlü siber saldırıya

karşı koruma iddiasında. KOBIL Türkiye Ülke Müdürü Ümit Yaşar Usta, AST güvenlik çözümüyle ilgili şu bilgileri veriyor: "Türkiye'deki bankalar, şube dışı kanallarda 2008 yılında bu yana iki aşamalı (2-faktör) kimlik doğrulama yapıyor. Birinci aşama,



Ümit Yaşar
Usta

kişiye ait bildiği bilgileri içeriyor. TC kimlik numarası, müşteri numarası, sabit şifre, annenin evlenmeden önceki soyadı, doğum tarihi, parola gibi unsurların tamamı kişinin bildiği unsur olarak birinci aşama doğrulamayı sağlıyor. Bu değişmeyen bilgileri sosyal medya hesaplarından, arkadaş ortamlarından veya sosyal mühendislikle kişileri kandırarak elde etmek mümkün. Meydana gelen son olayda olduğu gibi, kişiye ait bu sabit bilgilerin başka kurumların sunucularından çalınması da mümkün. Benzer durum, kişinin e-devlet şifresinin veya özel sigorta web şifresinin ele geçmesiyle de mümkün. Ancak bu bilgilerin ele geçirilmesi KOBIL'in AST güvenlik çözümüyle güvenlik çemberine alınmış mobil bankacılık, internet bankacılığı veya telefon bankacılığından işlem yapılması için tek başına yeterli değil. Bizim çözümümüz iki faktörlü kimlik doğrulama duvarıyla güvenliği artırıyor, akıllı kart ve müşteriye ait PIN'in birlikteliğiyle güvenlik risklerini en aza indiriyor. iPhone, iPad, Android ve PC'lerde çalışabilen çözüm, güvenliği otomatik olarak sağlayarak son kullanıcının olası endişelerini de ortadan kaldırıyor."



Ankara'daki İlk ve Tek **PCI-DSS Sertifikalı** Veri Merkezi



7x24 PROFESYONEL SERVİS

Tamamı Üniversitelerin ilgili bölümlerinden mezun teknik ekip ile 7x24 kesintisiz teknik destek.



OPERATÖRDEN BAĞIMSIZ

Toplam 3 adet 10 Gbit fiber hat ile Ankara'da emsalsiz altyapı. Multihome BGP ve Bursa Disaster Merkezi.



TSM DENEYİMİ

TSM, Dış Hizmet Sağlayıcılığı, e-Fatura, KEP, Disaster ve Yük dengeleme gibi ileri düzey konularda deneyimli kadro.



DEĞİŞMEYEN PERSONEL

Size her telefon ettiğinizde tekrar tanışma faslı yaşatmayan sabit kadro.

VeriTeknik

2004 yılından bu yana Veri Merkezi hizmetlerini mühendislik yaklaşımı ile vermektedir.

İş sürekliliği objektifi altında, sürdürülebilirlik, felaketten kurtarma, yük dengeleme ve yük paylaşımı konularında uzmanlaşmıştır.

BİRÇOK NEDENİNİZ VAR

Mesleki Sorumluluk Sigortası, PCI-DSS 3.1, IPv6, TSE Belgeli Veri Merkezi, TS 13080, TS 13242, TS 12498, ISO 27001, ISO 27035, ISO 9001, ISO 2000-1, ISO 22301, ISO 24762, N+1 Jeneratör, N+1 UPS, N+1 Personel, N+1 Uplink, %99.99 uptime, Makale Arşivi, 3. Şahıs Mallarını Kapsayan Sigorta, Linux Yönetim Kitabı.

► Visa, Eurovision'da temassız deneyimi yaşatacak

Visa Europe, 2016 Eurovision Şarkı Yarışması'nın resmi sponsoru oldu. 61'inci yıldönümünü kutlayan Eurovision'un bu yıl dünya çapında 200 milyon televizyon izleyicisine ulaşması bekleniyor. Yarı finaller 10 ve 12 Mayıs, final ise 14 Mayıs'ta Stockholm'de Globe Arena'da yapılacak. Visa sponsorluğu kapsamında ise Arena'da yarışmayı seyreden seyircilerin yanı sıra Stockholm'de kurulan Eurovision Köyü ziyaretçilerine de temassız ödemelerin hızını ve kolaylığını yaşatacak. Visa Europe Satış ve Pazarlamadan sorumlu İcra Kurulu Üyesi Mark Antipof, yarışma ve sponsorlukla ilgili şu açıklamayı



VISA

yaptı: "Eurovision, Avrupa çapında milyonlarca kişi tarafından seyredilen ve çok sevilen bir yarışma. Aynı zamanda ev sahibi şehirlere de önemli ölçüde ziyaretçi çekiyor.

Bu yıl yarışmanın sponsoru olarak Stockholm'de bu etkinliğe katılacak ziyaretçilere temassız ödemelerin hız ve kolaylığını sunacağız. Eurovision Köyü'nde temassız kabul noktaları oluşturmak için paydaşlarımızla beraber çalışmalarımızı sürdürüyoruz."

Eurovision Şarkı Yarışması Yöneticisi Jon Ola Sand ise "Dünyanın bir numaralı ödeme hizmetleri sağlayıcısı Visa'nın 2016 Eurovision Şarkı Yarışması'nın sponsoru olmasından son derece mutluyuz. Dünyanın en büyük etkinliklerine sponsor olan Visa'nın yanımızda olması bizi daha da gururlandırıyor" dedi.

Yeni nesil bankacılığın duayenleri İstanbul'da buluştu



Piotr Jeleński

Bu yıl yedinci kez ve altı farklı ülkede düzenlenen New Banking Vision Konferansı, 21 Nisan 2016 tarihinde İstanbul Çırağan Sarayı'nda yapıldı. Avrupa'nın altıncı büyük yazılım firması Asseco SEE tarafından düzenlenen etkinlikte "Yeni Bankacılık Vizyonu" başlığı altında dijital bankacılık, ödeme kanalları ve güvenlik konularındaki yeni eğilimler ele alındı. Sektörün önde gelen temsilcilerinin katıldığı konferansın açılış konuşmasını, Polonya Cumhuriyeti İstanbul Başkonsolosu Grzegorz Michalski yaptı. Türkiye-Polonya ekonomik ilişkilerini anlatan Michalski, küçük değişikliklerin büyük

ve önemli ekonomik etkileri beraberinde getirdiğine ve iki ülkenin ekonomik ilişkilerindeki olumlu gelişmelere dikkat çekti. Bankalararası Kart Merkezi (BKM) Genel Müdürü Dr. Soner Canko ise "Türkiye'de Bankacılık ve Ödeme Trendleri" konusunda öngörülerini ve sektörü nelerin beklediği konusundaki görüşlerini paylaştı. Konuşmasında bankacıların ve bankacılığın eski alışkanlıkları terk etmesi gerektiğini belirten Canko, fintech'lere vurgu yaptı. Bankaların önünde iki seçenek bulunduğunu söyleyen Canko, "Bankalar, fintech'lerle çatışmak yerine onlarla birlikte çalışmak zorundalar" dedi. Kurumların iş modellerini

değiştiren, vatandaşlara avantajlar sunan güvenli ödeme çözümleri, dijital bankacılık, mobil bankacılık gibi konuların değerlendirildiği konferansta, Asseco SEE CEO'su Piotr Jeleński ve Asseco SEE Türkiye Ülke Müdürü Hatice Ayas da Asseco SEE'nin sektöre kattığı yenilikçi yaklaşımını anlattılar.



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

0850
220
0000
Müşteri İletişim
Merkezi
www.ziraatbank.com.tr

   /ziraatbankasi



HOŞ GELDİN TROY!

Türkiye'nin Yeni Ödeme Yöntemi TROY ile ilk ödeme yapıldı. Bu yıl 10 banka müşterilerine TROY logolu kart vermeye başlıyor. 2017'den itibaren kart sunan tüm bankalardan TROY logolu kart alınabilecek...

Kanada'nın Interac'ı, Brezilya'nın Elo'su, Almanya'nın Girocard'ı, Fransa'nın Carte Blu'su, Rusya'nın Mir'i, Hindistan'ın RuPay'i, Çin'in UnionPay'i varsa Türkiye'nin de artık TROY'u var!

Evet, bankaların ortak platformu Bankalararası Kart Merkezi (BKM) tarafından 2012 yılında çalışmaları başlatılan, 2015'in ekim ayında tanıtımı yapılan ve 6 ay içinde Türkiye'deki 2.2 milyon ödeme noktası (POS) ile 48 bin ATM'nin tamamı için gerekli teknik altyapısı oluşturulan TROY ile ilk işlem 28 Nisan 2016 tarihinde yapıldı. BKM Genel Müdürü Dr. Soner Canko, TROY ile ilk ödemeyi, üzerinde TROY logosu bulunan pasta için yaptı.

TROY ile ilk ödeme için düzenlenen tören ve basın toplantısında konuşan Canko, "TROY'un arkasında bankacılıktaki bilgi birikimi, deneyimi ve teknolojiyle Türkiye var. Bu yüzden adımız 'Türkiye'nin Ödeme Yöntemi'nden geliyor. Türkiye'nin TR'si, ödemenin O'su ve yönteminin Y'sinden oluşan kısaltmayla ona 'TROY' adını verdik" dedi.

Canko, Türkiye'nin ilk ve tek ulusal ödeme yöntemini ge-

liştirebilmek için "Çılgın Türkler" misali çalıştıklarını vurguladığı konuşmasını şöyle sürdürdü: "TROY'u lanse ettiğimiz ekim ayından bu yana gerekli standartları belirledik, operasyonel kuralları hazırladık. Kart çıkaran ve bunları kabul eden üyelerle çalıştık. Kart üreticilerinin, terminal sağlayıcılarının hazır hale gelmesini sağladık. Yasal otoritelerden onaylarımızı aldık ve tüm çalışmalarımızı tamamladık. 1 Nisan 2016 itibarıyla da Türkiye'deki tüm POS, ATM ve e-ticaret siteleri TROY logolu kartlarla işlem yapmaya hazır hale geldi."

Bu yıl 10 bankadan alınabilecek

Türkiye'nin milli ödeme yöntemi TROY, bu yıl 10 banka tarafından müşterilerine dağıtmaya başlayacak. 2017 yılında kart sunan tüm bankalardan TROY markalı kart alınabileceğini açıklayan Canko, "Şu anda Türkiye'deki tüm POS, ATM ve e-ticaret siteleri, TROY kartlarıyla işlem yapmaya hazır. Çok yakında cüzdanlarda da TROY logolu kartları görmeye başlayacağız. TROY, evlerde, işyerlerinde ve tüm alışverişlerde kullanılabilir. İster POS, ister ATM, ister internet üzerinden alışveriş yapın, ödeme

yaparken ya da ödeme alırken işleminiz güvenli, hızlı ve sorunsuz bir şekilde gerçekleşecek. Üstelik Türkiye'ye özel olacak, Türkiye kazanacak" dedi.

TROY markalı banka ve kredi kartlarıyla Türkiye sınırları içerisinde işlem yapılabilir. TROY'un yurtdışındaki işlemlerde kullanılabilmesi içinse kartı veren bankanın uluslararası ödeme sistemleriyle anlaşma yaparak, kartın arka kısmına ilgili logoları yerleştirilmesi gerekiyor. Canko, bu noktada, 2015 yılında Türkiye'deki bankaların verdiği kredi kartlarıyla yapılan yaklaşık 5 milyar adetlik işlemin yüzde 98.5'inin yurtdışında gerçekleştiğini hatırlattı. Bu da Türkiye'deki kart kullanıcılarının yurtdışında sadece yüzde 1.5 oranında işlem yaptığını gösteriyor.

Yerel ödeme sistemleri için model olacak

Toplantıda Kanada'dan İtalya'ya ve Güney Kore'den Hindistan'a kadar pek çok ülkenin kendi yerel ödeme sistemini kullandığına dikkat çeken Canko, "Türkiye geç de olsa başlattığı TROY uygulamasıyla dünyaya örnek olacak. Ödeme sistemlerinde gelişmiş ülkelerin bile önündeyiz. TROY'u lanse ettiğimiz ekim ayından bu yana, davet aldığımız 6 Avrupa ülkesinde sistemimizi anlattım. TROY'daki deneyim ve teknolojilerimizi, yakın coğrafyamızın yanı sıra Afrika ülkeleri ve diğer bölgelere de know-how olarak transfer edebileceğimizi düşünüyorum" dedi.

TROY rekabetle değil, potansiyel kitleyle büyüyecek

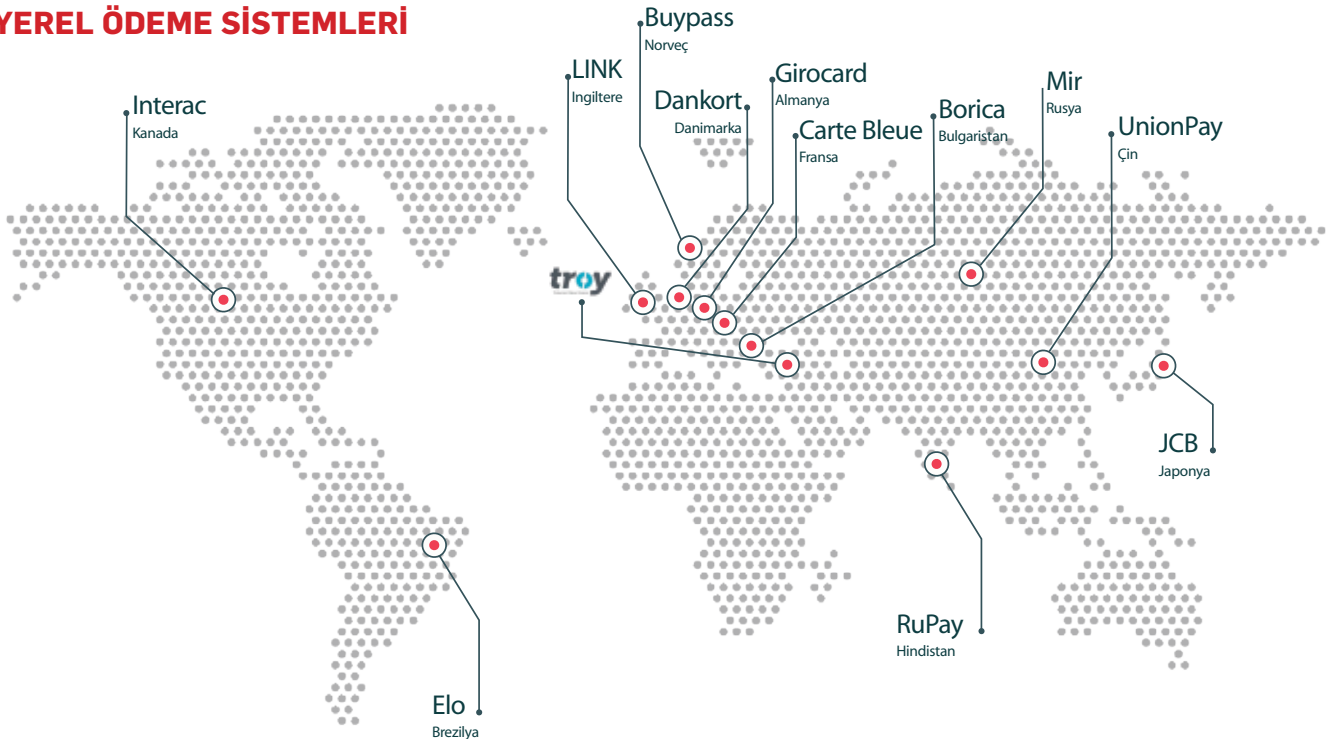
Dr. Soner Canko toplantıda, TROY'un 2023 yılına yönelik "yüzde 100 nakitsiz ödemeler toplumu" hedefi için en önemli adımlardan biri olduğunu vurguladı. "Gelecekte, bugüne baktığımızda Türkiye'nin Ödeme Yöntemi'nin hayata geçtiği bu anlamlı anı gururla hatırlayacağız" diyen Canko, TROY'un ödemeler dünyasında üstleneceği rolle

ilgili şu değerlendirmeyi yaptı:

"Dünyadaki örnekler bize yerel kartlı sistemlerle ilgili çok önemli ipuçları veriyor. Tüm dünyada kartlı ödemelerin ekonomilerin büyümesine yardımcı olduğunu görüyoruz. Kayıt dışı ekonomiyi önüyor, enflasyonu düşürüyor, istihdam yaratıyor ve nakit para yükünden kurtarıyor. TROY'un amacı, mevcut uluslararası ödeme sistemleriyle rekabet etmek, onların yerini almak değil. Türkiye'de halen harcamaların yüzde 40'ı kartlarla, yüzde 60'ı ise nakitle yapılıyor. TROY, henüz bankacılık sistemiyle, kartlarla tanışmamış kitleleri sisteme katmaya öncelik verecek."



YEREL ÖDEME SİSTEMLERİ



Panaroma Bilişim'in çoğunluk hisselerini satın alan Verifone, Türkiye'nin yazarkasa dönüşümü için gücüne güç kattı. Böylece Verifone, yeni nesil masaüstü basit yazarkasa, bütünleşik yazarkasa POS ve PC yazarkasa ürün ailesiyle her kesimden işletmenin ihtiyacını karşılayabilir konuma geldi...



Büyük yazarkasa dönüşümü için stratejik ortaklık

Yazarkasa POS ile dünya çapında bir ilke imza atan Türkiye ödeme sistemleri sektörü, şimdi de tüm yazarkasaları yeni nesil ödeme kaydedici cihazlara dönüştürerek bu öncülüğünü sürdürmeyi hedefliyor. Bankaların üye işyerlerine sunduğu ETF POS cihazlarında sektör lideri olan Verifone, Ekim 2014'te başlayan yazarkasa POS dönüşümünde de önde gelen şirketler arasında yer aldı. Daha önce yeni nesil ödeme kaydedici cihazlar için yazarkasa sektörünün uzman şirketleri Profilo Ödeme Sistemleri ve Hugin ile işbirliği yapan Verifone, bu kez de Panaroma Bilişim Teknolojileri'nin çoğunluk hisselerini satın alarak büyük yazarkasa dönüşümü için iddiasını güçlendirmiş oldu.

Panaroma ortaklığı, işbirlikleri ve iş ortaklıklarını dışarıda tutacak olursak, Verifone'un Türkiye'deki ilk satın alması olarak dikkat çekiyor. Bu satın alma aynı zamanda, Türkiye yazarkasa sektöründe yüzde 30'un üzerinde paya sahip olan Olivetti markasının haklarını da kapsıyor.

Türkiye pazarında Ar-Ge yazılım üssü ve üstün güvenilir veri merkezi gibi yatırımlara imza atan Verifone, bu birleşmeyle her segmentteki esnafın ve perakendecilerin ihtiyaçlarını karşılamayı hedefliyor. Verifone-Panaroma ortaklığının ilk ürünü olan yeni nesil bütünleşik yazarkasa POS cihazı ise "Olivetti Verifone MX 915 ECR" markasını taşıyor...

"Verifone'un Ar-Ge yazılım üssü olduk"

Verifone ve Panaroma Bilişim Teknolojileri, geçen ay hem bu ortaklığı anlatmak hem de yeni ürünü tanıtmak amacıyla bir basın toplantısı düzenlediler. Verifone Doğu Avrupa, Ortadoğu ve Afrika Başkanı Bülent Özayaz, toplantıda Panaroma ortaklığıyla ilgili şu değerlendirmeyi yaptı: "Dünya çapında 29 milyon dolar bağlı ödeme terminali bulunan Verifone, 2 milyar dolar yıllık cirosu ve 5 bin 300'den fazla çalışanı olan, New York Borsası'na kote bir Silikon Vadisi şirketi. Global bir Amerikan şirketi olan Verifone için Türkiye pazarı çok önemli. Dolayısıyla son 10 yıldır

Türkiye'ye yatırım yapmaya devam ediyoruz. 35 yıllık geçmişi ve güçlü Ar-Ge merkeziyle güvenli ödeme sistemleri sektörünün öncü ve lider kuruluşu Verifone olarak Türkiye'yi Avrupa, Ortadoğu ve Afrika'ya hizmet veren bir Ar-Ge yazılım üssüne dönüştürdük. Burada birçok Türk mühendisimiz bölgeye hizmet veriyor ve böylece Türkiye istihdam gücüne destek oluyoruz. Şimdi de burada bir şirket birleşmesine imza atarak yatırımlarımıza bir yenisini ekliyoruz. Panaroma, Türkiye pazarında bizim için çok önemli bir stratejik ortaklık olacaktır."

Verifone®



Panaroma
BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ

“Son kullanıcıya daha çok dokunacağız”

Verifone Türkiye, Doğu Avrupa ve Türk Cumhuriyetleri Genel Müdürü Onur Altınbaş da toplantıda, Türkiye'nin kayıt dışı ekonomiyi mücadele doğrultusunda başlattığı yazarkasa dönüşümünden yola çıkarak Verifone'un yeni yol haritasını şöyle açıkladı:

“Verifone'un küresel ölçekteki servis sağlayıcı konumuna gelme hedefi Türkiye'deki operasyonlarına da sirayet ediyor. Türkiye'de birkaç yıl öncesine kadar sadece bankalar aracılığıyla, finans kuruluşlarına sağladığımız ödeme sistemleriyle perakendecilere dokunuyorduk. Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından ‘Kayıt Dışı Ekonomiyi Mücadele Eylem Planı’ doğrultusunda çıkarılan yeni regülasyonların da etkisiyle Verifone Türkiye, 3-4 yıldır direkt son kullanıcıya yeni ürünler ve çözümler sunan, tüm ihtiyaçlara yönelik donanım, yazılım ve çözüm geliştiren bir servis sağlayıcı şirket haline geldi. Bu yeni işbirliği ise Verifone'un küresel bilgi birikiminin ve yenilikçi vizyonunun Panaroma'nın yazarkasa sektöründe deneyimli ekibiyle ortak bir platformda buluşmasını ve bu sayede Verifone'un pazarda daha da büyümesini sağlayacak. Verifone olarak bu birleşmeyle her segmentteki esnafın ihtiyaçlarını karşılamayı hedefliyoruz.”

“Daha inovatif çözümler sunacağız”

Konuşmasına Verifone ailesine katılmaktan duydukları heyecan ve mutluluğu belirterek başlayan Panaroma Bilişim Teknolojileri Genel Müdürü Burak Ceylaner da ortaklığın hedef ve beklentilerini şöyle özetledi:

“Panaroma Bilişim Teknolojileri olarak deneyimli ekibimiz, dünya markamız Olivetti ve tüm yurt çapını kapsayan yaygın satış ağlarımızdan aldığımız güçle istikrarlı bir şekilde büyüyüyoruz. Verifone ile yaptığımız güç birliği, bizim geleceğe çok daha sağlam ve güvenilir adımlarla ilerlememizi sağlayacak. Dünya çapında ödeme sistemlerinde lider firma Verifone'un, yazarkasa sektöründe son yılların yükselen markası Panaroma Bilişim'in çoğunluk hisselerini satın alması, gerek sektöre gerekse tüketicilere büyük faydaları beraberinde getirecektir. Verifone'un küresel birikimiyle en iyi ürünleri daha geniş bir yelpazede sunabileceğiz. Verifone çatısı altında yaratacağımız sinerji, bizleri daha güçlü, daha verimli, daha inovatif çözümlerle müşterilerimizin karşısına çıkaracak.”



İŞLETMEYE GÖRE KİŞİSELLEŞTİRİLEBİLİYOR

Verifone-Panaroma ortaklığının açıklandığı basın toplantısında, “Olivetti Verifone MX 915 ECR” model yeni nesil bütünleşik masaüstü yazarkasa POS cihazı da tanıtıldı. Bu cihaz, dayanıklı altyapısı sayesinde çok düşük arızalanma oranı, Verifone'un hızlı bakım ve servis garantisi, özel yazılım uygulamaları gibi avantajlarla fark yaratıyor. Katma değerli servisler sayesinde esnafı ve perakende zincirlerini fatura ödeme, kontör yükleme

noktasına dönüştürüyor. Büyük işletmeler için dijital kupon uygulamaları, sadakat programları ve puan uygulamaları gibi işlemleri yapabiliyor. Böylece bu platform, işletmelere ister büyük ister küçük olsun ekstra gelir elde etme imkanı da sağlıyor. Dönebilen standı, geniş dokunmatik ekranı ve geniş aksesuar seçeneğiyle işletmeye göre kişiselleştirilebilen cihaz şık tasarımıyla da öne çıkıyor.



Bülent
Özayaz



Onur
Altınbaş

1.5 milyon POS'a servis sunuyor

Türkiye'de perakende sektöründe son birkaç yıldır yazarkasa POS ürünleriyle aktif olan Verifone, yıllardır Amerika'da her 10 işletmenin 8'inde tercih ediliyor ve doğrudan perakendecilerle çalışıyor. Bülent Özayaz, “Bu global tecrübe, Verifone'un esnafa kazandıran uygulamalarda öncü olmasını ve Türkiye pazarında lider konumunu güçlendirmesini sağlıyor” dedi.

Verifone, halen Türkiye pazarında yaklaşık 1.5 milyon POS cihazına servis veriyor. Panaroma Bilişim Teknolojileri ise Bosch bayileri ve diğer satış kanallarıyla birlikte toplamda 3 bine yakın satış noktasında ürünlerini tüketiciyle buluşturuyor. Bu ortaklık ise başta yeni model “Olivetti Verifone MX 915 ECR” olmak üzere bütün ürünlerin yaygın dağıtım ve servis ağıyla tüm Türkiye'ye ulaştırılmasını sağlayacak. Kısacası Verifone, Panaroma'yı bünyesine katarak yeni nesil masaüstü basit yazarkasa, bütünleşik yazarkasa POS ve PC yazarkasa

ürün ailesiyle her kesimden işletmenin ihtiyacını karşılayabilir konuma geldi.

Onur Altınbaş, toplantıda esnaf ve perakendecilere katma değerli hizmet sunabilmek için güvenli veri merkezi ve TSM'in (güvenli servis sağlayıcı) önemine de dikkat çekti. Verifone'un Türkiye'de 2013 yılında mobil yazarkasa POS projesi için kurduğu veri merkezi, Verifone cihazı kullanan işletmelere güvenli ve kesintisiz hizmet verilmesini sağlıyor.



Burak
Ceylaner



Artık Çinliler de Türkiye'de e-ticaret yapabilecek!

İş Bankası, Asseco SEE'nin güvenli e-ödeme platformu NestPay'i kullanarak, UnionPay kart sahiplerine Türkiye'de online ödeme imkanı sunmaya başladı...



Türkiye İş Bankası ve UnionPay International, e-ticaret alanında önemli bir işbirliği başlattı. Asseco SEE'nin geliştirdiği güvenli e-ödeme platformu NestPay, İş Bankası'nın sanal POS altyapısına entegre edildi ve bu sayede UnionPay kart sahipleri de online ödeme kabul eden havayolu, e-vize, otel gibi üye işyerlerinde işlem yapabilir hale geldi. Bu işbirliğinin Türkiye ile Çin arasındaki e-ticaret hacmini büyütmesi ve iki ülke arasındaki yatırım faaliyetlerinin artmasında kilit rol oynaması bekleniyor.

Asseco SEE Türkiye Müdürü Hatice Ayas, "Asseco SEE olarak, güvenli e-ödeme çözümlerinde küresel bilgi birikimine ve deneyime sahibiz. Türkiye'de 15, yurtdışında 10 bankaya hizmet, ürün satışı, bakım ve operasyonel teknik destek sağlıyoruz. İş Bankası'nın güvenli ödeme hizmetlerini karşılayan NestPay'in, bu işbirliğiyle Uzakdoğu pazarına da hizmet verecek olması bizim için gurur verici" diyor.

İş Bankası Kartlı Ödeme Sistemleri Bölümü Müdürü Serkan Kaygalak ise bu işbirliğini şöyle değerlendiriyor: "2005 yılından bu yana İş Bankası için güvenli bir altyapı hizmeti sunan Asseco SEE'nin NestPay çözümünü kullanıyoruz. Bu çözümün de desteğiyle e-ticaret hacmimizde yıllık yüzde 34 artış kaydettik. Şimdi bu işbirliğiyle Türkiye ile Çin arasındaki güvenli ve kolay e-ticaret fırsatlarından yararlanmanın da önu açılmış oldu."

Fas'tan sonra Mısır'a da yazılım ihracatı başladı

Asseco SEE, sadece Türkiye değil MENA (Ortadoğu ve Kuzey Afrika) bölgesine de hizmet sağlıyor. Nitekim Fas'ın

ardından, Mısır'da faaliyet gösteren Global Leasing Company de Asseco SEE'nin finansal-operasyonel kiralama çözümü LeaseFlex'i kullanmaya başladı. Hatice Ayas, merkezi bir yönetim platformu olan ve kurumların operasyonel verimliliğini en üst düzeye çıkarmayı amaçlayan bu çözümün yoğun rekabet koşullarında önemli avantajlar sağladığını vurguluyor. LeaseFlex, finansal ve operasyonel kiralama işlemleri için web tabanlı güçlü ve bütünlük çözüm. Şirketlerin; müşteriler, tedarikçiler ve bankalarla web üzerinden güçlü ilişkiler kurmasını sağlıyor. Binden fazla kullanıma hazır fonksiyonuyla 3 ay gibi kısa bir sürede kurulabilen çözüm, müşteri yönetiminin kritik önem taşıdığı finansal ve operasyonel kiralama alanında, gelişmiş CRM (müşteri ilişkileri yönetimi) altyapısıyla öne çıkıyor. LeaseFlex CRM modülü, tümleşik ve işletme çapında finansal işlemleri, gelişmiş CRM özellikleriyle birleştiriyor. Aynı zamanda, müşteri ve tedarikçi-bayi bilgi tabanını yönetiyor; satış ve pazarlama ekibinin görüşmeler, teklifler, toplantı raporları ve resmi veriler gibi tüm faaliyetlerini otomatik hale getiriyor.

Leasing finansmanı konusunda ihtiyaç duyulabilecek tüm süreçlerde çözüm sunduklarını belirten Hatice Ayas, "Kurumların finansman süreçlerini hızlı ve verimli yönetebilmesi eskiye göre daha önemli hale geldi. Hatasız ve kolay yönetilebilmesi gereken finansal süreçlerin yeni teknolojilerle desteklenmesi gerekiyor. Tek ekran üzerinden ve her yerden iş süreçlerini kontrol altında tutmak mali kayıpların önüne geçilmesi açısından önem taşıyor. LeaseFlex, müşteri yönetiminden satış kanalları yönetimine, kredi değerlendirmesi ve onayından sözleşme yönetimine kadar tümleşik ve ideal bir çözüm" diyor. ☺

Paywizard'ın kurucusu, "ödeme sihirbazı" İlker Diker, 15 milyon TL değerlemeyle Papara Elektronik Para ve Ödeme Kuruluşu'na yatırım yaptı...



İlker Diker

İlker Diker, 15 milyonluk Papara'ya ortak oldu

Ödeme sistemlerinin başarılı girişimcisi, şirketinin adı (Paywizard) dolayısıyla "ödeme sihirbazı" olarak da bilinen İlker Diker, şimdi de yatırımcı-yönetici kimliğiyle karşımıza çıktı...

2014 yılının başında bankalara dış kaynak teminiyle başladığı faaliyetlerini entegre çözüm ortaklığına dönüştüren ve 2015'te MasterCard'dan ISO (Bağımsız Satış Organizasyonu) lisansı alan Paywizard, PCI-DSS hizmetleri ve birçok başarılı ödeme sistemleri projesinin ardından, BDDK'dan lisans alan "Papara Ödeme Kuruluşu ve Elektronik Para A.Ş." firmasına 15 milyon TL değerlemeyle yatırım yaptı. Bu yatırımla birlikte şirketin CEO'luğunu da üstlenen Paywizard Genel Müdürü İlker Diker, Papara'nın faaliyetleri ve ortaklık sonrası yeni hedeflerle ilgili şu bilgileri veriyor: "Paywizard tarafında bugüne kadar birçok başarılı işbirliğine imza attuk. Bundan sonra her iki şirketin kendi alanlarındaki faaliyetleriyle birlikte ödeme sistemleri pazarına daha geniş bir yelpazede hizmet veriyor olacağız. Papara, bu yatırım sayesinde ödeme sistemleri sektöründe birçok yeniliğe imza atacak. BDDK lisansı ile birlikte fatura ödeme ve para transferi hizmetlerinin yanı sıra dijital cüzdan çözümleriyle de sektöre yeni bir soluk getirecek."

"Papara Cüzdan" ile web ve mobilden para alıp göndermenin, fatura ödemenin daha hızlı, daha ucuz, daha gü-

venilir ve daha basit olacağını vurgulayan Diker, "Papara tabelalı noktalardan Türkiye'nin dört bir yanında fatura tahsilatı, yurtiçi ve yurtdışı para transferi mümkün olacak" diyor.

"Yeni yasa hizmet kalitesini artıracak"

Papara Ödeme Kuruluşu ve Elektronik Para kurucu ortağı ve Yönetim Kurulu Başkanı Ahmed F. Karşı ise ödeme hizmetlerindeki yeni dönemin yanı sıra Paywizard ortaklığıyla ilgili şu değerlendirmeyi yapıyor:

"27 Haziran 2013 tarihli ve 28690 sayılı Resmî Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren 6493 sayılı 'Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun' sektörle ilgili yasal boşluğu doldurarak bu faaliyetleri düzenlemek amacıyla oluşturuldu. Bu kanunla banka dışında hizmet veren ticari oyuncuların denetlenebilir ve güvenli bir şekilde sisteme kazandırılması hedeflendi. Yeni yasadan ve oluşumdan memnunuz. Yasal zeminde hizmet vermek ticari faaliyetleri ve verilen hizmetin kalitesini artıracak.

Papara'ya aldığımız bu yatırımın sektöre güzel bir örnek teşkil edeceğini düşünüyorum. Sektörün önemli isimlerinden biri olan İlker Diker'in şirketimize hem yatırım ortağı hem de CEO olarak katılmasıyla birçok başarılı işe imza atacağımıza inanıyorum." ⊖

Manage ATM, problemleri uzaktan ve anında saptar!



www.cardtek.com



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

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



ATM kabinlerinin ortam değerlerini ölçümleyerek enerji tasarrufu sağlıyor

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



UPS arızalarını tespit ediyor, elektriksiz 8 saat çalışabiliyor

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



ATM'lerin zarar görmesini engellemek için kepenk kapatıyor

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



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

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



ATM'ye her durumda uzaktan erişerek yönetimi kolaylaştırıyor

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



“Ödeme hizmetleri ve e-para sektörü 4 yılda 5’e katlanacak”

Banka dışı ödeme hizmetleri ve elektronik para kuruluşları, 2015 yılında 11.3 milyon müşterinin 16 milyar TL’lik işlemine aracılık yaptı. ÖDED Başkanı Burhan Eliaçık’a göre, 2019 sonuna kadar bu tutar rahatlıkla 5’e katlanabilir...



Ödeme hizmetleri ve elektronik para kuruluşlarının çatı örgütü ÖDED’in (Ödeme ve Elektronik Para Derneği) üye sayısı 29’a ulaştı. Ekim 2015’te faaliyete başlayan ÖDED’in üyeleri arasında Turkcell Ödeme Hizmetleri, Türk Telekom Ödeme Hizmetleri, Vodafone Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para, Western Union, UPT, PayPal, Çevrimiçi, PaybyMe, Payguru, Wirecard, Birleşik Ödeme, D Ödeme, gscash, ininal, ipara, iyzico, Moka, Ödeal, Paratika, Paynet, Paytrek, PayU, Faturavizyon, Hızlı Tahsilat, Pratik İşlem gibi şirketler yer alıyor.

ÖDED Yönetim Kurulu ve kurucu üyeleri, geçen ay derneğin faaliyet ve amaçlarını anlatmak, sektörle ilgili bilgiler vermek üzere bir basın toplantısı düzenledi. ÖDED Yönetim Kurulu Başkanı Burhan Eliaçık, derneğin temel amacını “Türkiye’yi yeni nesil ödeme sistemlerinin merkez üssü haline getirmek” şeklinde özetleyerek başladığı konuşmasını şöyle sürdürdü:

“Öncelikli hedefimiz, Türkiye’de sunulan ödeme ve elektronik para hizmetlerinin gelişmesine, etkinliğinin ve yaygınlığının artmasına liderlik ederek, finansın tabana yayılmasında öncü olmak, yasal otoriteler ile sektör arasında köprü vazifesi görmek, bunun yanında tüketicinin ve işletmelerin hayatını kolaylaştıracak güvenli, kolay ve yenilikçi hizmetlere ulaşmasında etkin rol almak. Türkiye’yi ödeme sistemleri alanında teknoloji ve bilgi ihraç eden bir ülkeye dönüştürmeyi amaçlıyoruz. Bizler genç yeni ve dinamik bir sektörü temsil ediyorumuz. Dolayısıyla sektör olarak kendi ekosistemimizi oluşturmamız gerekiyor.”

Nisan ayı sonu itibarıyla 19 şirketin BDDK’dan ödeme hizmetleri ve/veya elektronik para kuruluşu lisansı aldığı hatırlatan Eliaçık, 25 civarında şirketin daha onay beklediğini belirtti. Eliaçık, sektördeki tüm şirketleri ÖDED çatısı altında birleşmeye davet ettiklerini, birlik oluşturmak için de gerekli adımları atmak istediklerini ifade etti.

16 milyar TL’lik işleme aracılık yaptılar
Toplantıda ödeme ve elektronik para kuruluşlarının geçen yıl 11.3 milyon müşteriye hizmet ederek 16 milyar TL işlem gerçekleştirdiğini açıklayan Eliaçık, “Yine bu kapsamda 8.6 müşterinin 5.7 milyar TL’lik online ödemesine de bu kuruluşlar aracılık yaptı” dedi. Eliaçık, 2019 yılına kadar söz konusu rakamların rahatlıkla 5’e katlanabileceğini sözlerine ekledi. Burhan Eliaçık, büyük bir kısmı fintech niteliğinde olan ödeme ve elektronik para kuruluşlarının bankalar için bir tehdit değil aksine fırsat olarak görülmesi gerektiğinin de altını çizdi. Eliaçık, bu konuda “Özellikle henüz kredi kartı ve banka kartı kullanmayan geniş kitleye erişip onları da ödeme sistemleri ve finans dünyasının içine katıp, pastayı daha da büyüteceğimize inanıyoruz” değerlendirmesini yaptı.

16 milyar TL’lik işleme aracılık yaptılar

ÖDED kurucu üyelerinden PuyU Türkiye CEO’su Emre Güzer de toplantıda, halen Türkiye’de 4 milyon civarında olan online alışveriş yapanların sayısının kısa sürede 15 milyonlara ulaşacağı öngörüsünü paylaştı.

ÖDED kurucu üyelerinden PuyU Türkiye CEO’su Emre Güzer de toplantıda, halen Türkiye’de 4 milyon civarında olan online alışveriş yapanların sayısının kısa sürede 15 milyonlara ulaşacağı öngörüsünü paylaştı.

ÖDED kurucu üyelerinden PuyU Türkiye CEO’su Emre Güzer de toplantıda, halen Türkiye’de 4 milyon civarında olan online alışveriş yapanların sayısının kısa sürede 15 milyonlara ulaşacağı öngörüsünü paylaştı.



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

Mobil uygulamamız
ile her zaman yanı başınızdayız.



METRO

“Akılda Nevel Var, Olaya Nere Var”



Soldan sağı ayaktakiler: **Bilgi ve Proje Yönetim Müdürü Burç Ayaroğlu, Genel Müdür / CEO Burak Bilge, Finans Müdürü Murat Çağatay, Operasyon Müdürü Selçuk Bingöl**

Soldan sağı oturanlar: **Genel Müdür Yardımcısı Dilek Sağıroğlu, Satış Müdürü Esra Güler**



Bu genç ve dinamik ekip, Austria Card Türkiye'yi bölgesinin en büyük kart kişiselleştirme merkezlerinden biri yaptı. 75 iş ortağıyla 50'nin üzerinde ülkeye kart hizmetleri ihraç eden Austria Card'ın yeni rotasında yer alan Özbekistan, Kazakistan ve İran pazarları için de bu ekibe önemli görevler düşecek...

Müşterisiyle el ele, kol kola büyüyen ekip

**troy**

“Austria Card olarak Türkiye'nin ödeme sistemi TROY'u destekliyor ve canı yürekten başarılar diliyoruz. Şirketimizin üreteceği ilk TROY kart da çok kısa bir süre içerisinde dolaşımında olacak.”

Genel Müdür / CEO
Burak Bilge

Austria Card, 1980'li yılların başında Avusturya'da bir kamu şirketi olarak kuruldu. Amacı, başta pasaport olmak üzere kamu kartlarının basımıydı. Yaklaşık 5 yıl sonra plastik kart da basmaya başladı. Sovyetler Birliği dağılıp Doğu Bloku da çökünce geniş bir coğrafyada serbest ticaretin önü açıldı ve 1990'lar ile 2000'lerin başı Austria Card için çok parlak bir dönem oldu. 2007-2008 dönemindeki global kriz ise Avusturya hükümetini aslında hiç de işi olmayan bu alandan çıkmaya yöneltti. Özelleştirme ihalesini 5 kuşaktır matbaa ve baskı işi yapan Lykos Grubu kazandı. Yunanistan ve Romanya'da aktif olan bu gruba geçtikten sonra Austria Card için tam anlamıyla bir küreselleşme dönemi başladı. Öyle ki Austria Card, bugün İngiltere'den Kafkaslara, Türk Cumhuriyetleri'nden Pasifik'e, Nijerya'dan Körfez bölgesine 50'den fazla ülkeye ihracat yapan, 75'ten fazla iş ortağına hizmet veren küresel bir kart devi konumuna ulaştı...

Austria Card, 20 yılı aşkın bir süredir Türkiye'de de başta bankalar olmak üzere birçok kurum ve kuruluşla kart hizmetleri veriyor. Ancak şirketin buradaki konumu ve verdiği

hizmetler, daha önce de ortağı olduğu Provus'un kart kişiselleştirme bölümünü tamamen satın almasıyla bambaşka bir boyuta taşındı...

Bu satın almanın ayrıntılarını PSM'nin Temmuz 2014 sayısında ayrıntılarıyla ele almıştık. Bu sayımız içinse hem o tarihten bu yana şirkette yaşanan gelişmeleri öğrenmek hem de bu başarıların ardındaki ekibi daha yakından tanımak amacıyla bir kez daha Austria Card'ı ziyaret ettik...

“Ödeme sistemlerinin her alanına hizmet verebiliyoruz”

Evet, 2013 yılındaki satın almanın ardından Austria Card, Türkiye'de plastik kart temininden ziyade bir çözüm ortağı olarak ön plana çıkmaya başladı. Austria Card Genel Müdürü Burak Bilge, sadece Türkiye değil buldukları her pazarda emin adımlarla büyüdüklerini, bunu sağlarken de yeni ülke ve alanlara dokunduklarını anlatıyor. Bilge, “Özellikle son 2 yıldır toplu ulaşım, sadakat programları, destek hizmetleri, kapalı devre kartlı çözümler, gönderi yönetimi gibi farklı alanlarda birçok yeni iş ortağını portföyümüze kattık. Bunu yaparken teknik altyapımızı geliştirerek sertifikalarımıza ISO 9001-2008 belgesini ve American Express'i de ekledik” diyor.

Türkiye'nin uzun dönemli büyüme ivmesini sürdüreceğine inandıklarını belirten Burak Bilge, Austria Card'ın 21 yıldır Türkiye'de aralıksız hizmet vermesinin bu inancının en büyük kanıtı olduğunu vurguluyor. Amaçlarının uzun yıllar daha bu pazarın vazgeçilmez bir lider oyuncusu olabilmek olduğunu ifade eden Bilge, bu doğrultuda müşteri ve çalışan memnuniyetini en üst noktada tutabilmek adına her türlü çalışmayı yaptıklarını belirtiyor. Austria Card, bu anlayışla hem personelinin hem de müşterilerinin şirketin velinimetini olarak görüyor. Bu yaklaşımın fazlasıyla takdir gördüğünü söyleyen Bilge, sözlerini şöyle sürdürüyor:

“İhracat yaptığımız ve temsilcilikler edindiğimiz ülke sayısındaki artış ve Türkiye'de ulaştığımız yepyeni iş ortaklıkları doğru yolda olduğumuzu gösteriyor. Amacımız, ödeme sistemleri dünyasına her alanda hizmet verebilmek. Bu anlamda bankaların yanı sıra ödeme kuruluşlarını ve elektronik para ile ilgili gelişmeleri yakından izliyoruz. Müşteri ve tedarikçilerimizle iletişim seviyemizi yüksek tutmaya önem veriyoruz. Günümüzün rekabetçi koşullarında kârlılık seviyemizi ve finansal yönetimimizi rasyonel ve optimal bir noktada tutmayı hedefliyoruz. Rakiplerimizi ve içinde bulunduğumuz piyasanın koşullarını sıkı takip edip proaktif davranıyoruz. Austria Card çalıştığı müşterilerin her türlü ihtiyacına kendi kaynakları veya iş ortakları aracılığıyla cevap verebilir durumda olmalı, kart dışında da çözüm sunulmalı, proje üretmelidir. Bu bizim en önemli vizyonumuz ve adım adım bu noktaya geliyoruz.”

Genç ve dinamik bir ekip

Austria Card Türkiye'nin İstanbul'da, İkitelli ve Fenerbahçe'de olmak üzere iki yönetim birimi bulunuyor. Şirketin toplam çalışan sayısı 42. Organizasyon yapısı “Satış ve Müşteri Hizmetleri”, “Finans ve İnsan Kaynakları”, “Bilgi Güvenliği ve Proje Yönetimi” ile “Operasyon” olmak üzere dört bölümden oluşuyor.

Finans Müdürü Murat Çağatay, hizmet kalitesini yüksek



tutmak için güvenliğin çok önemli olduğunu ve bu konuya ayrıca özen gösterdiklerini vurguluyor. Ardından da Austria Card'ın bu konuda izlediği insan kaynakları politikasını şöyle özetliyor:

“İşe alm süreçlerinde adayların ve fiili çalışanların sabıka kaydı, kredi değerlemeleri ve referans bilgileri detaylı olarak soruşturulur. İşe alm sonrası personele bilgi güvenliği ve gizlilik konusunda yoğun eğitimler verilir. Bu eğitimler her yıl belli periyotlarla tekrarlanarak çalışanların farkındalığının en üst düzeyde olmasına çalışılır. Yüksek performanslı bir organizasyon olma yolunda çalışanlarımızla sık ve kaliteli iletişim kuruyoruz. Onların geri bildirimlerine önem veriyoruz. Değişen müşteri talepleri karşısında çalışanlarımıza çeşitli zamanlarda şirket içi ve dışı eğitimler veriyoruz. Son 2 yıldır rutin olarak organize ettiğimiz sohbet toplantılarına sektörün çok önemli ve farklı oyuncularını davet ederek, hem şirketimizi tanıtmaya hem de bambaşka iş kollarını tanıma fırsatı buluyoruz.”

Sürekli ve samimi iletişim, güven odaklı hizmet

Austria Card Türkiye Satış ve Pazarlama ekibi, finans ve finans dışı kurumlara yönelik kart plastik üretimi ile kişiselleştirme hizmetlerinin satış ve satış sonrası operasyonlarından sorumlu. Müşteri Hizmetleri ve Kalite Yönetimi ekibi ise müşteri taleplerini ve sorunlarını takip edip en kısa sürede yanıt vermeye çalışıyor.

Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Dilek Sağıroğlu, “Ekibimiz, alanında tecrübeli ve nitelikli arkadaşlardan oluşuyor. Sahip olduğumuz nitelikleri ve birikimleri müşterilerimize en iyi şekilde yansıtmaya çalışıyoruz. Müşteri hizmetleri ve satış birbirini tamamlayıcı bölümler. Rekabetin yoğun olarak yaşandığı bir sektörde 21 yıldır kesintisiz devam edebilmemizin ardında yatan en



Soldan sağa ayakta:
Yönetici Asistanı Nuray Erdem, Müşteri Hizmetleri ve Kalite Yetkilisi Hatice Genç, Satış Operasyonları Yetkilisi Seda Doğan, Müşteri Hizmetleri ve Kalite Yetkilisi Özlem Karademir

Soldan sağa oturanlar:
Satış Müdürü Esra Güler, Genel Müdür Yardımcısı Dilek Sağıroğlu, Müşteri Hizmetleri ve Kalite Yetkilisi Atalay Metin

önemli unsurun, Austria Card'ın müşterileriyle kurduğu sürekli, samimi iletişime ve güven odaklı hizmet anlayışına dayandığını düşünüyoruz. Sunduğumuz hizmetlerin fiyat kalite performansından çok müşterilerimize gösterdiğimiz yaklaşım bizi rakiplerimizden farklı kılıyor” diyor.

Müşteri kaybetmenin çok kolay, kazanmanın ise çok zor olduğunun bilincinde olduklarını vurgulayan Sağıroğlu, ☺



Soldan sağa ayakta:
Bilgi İşlem Uzmanı Doğan Kaya, Data Yöneticisi Ümit Çimenot, Bilgi İşlem Uzmanı Emre Kurt

Soldan sağa oturanlar:
Güvenlik Yetkilisi Volkan Kır, Bilgi ve Proje Yönetim Müdürü Burç Ayaroğlu, Proje Müdürü Barış Gökşen

sözlerini şöyle sürdürüyor: “Müşterilerimizi önemsiyoruz. Onların beklentilerini iyi analiz ederek sürdürülebilir bir müşteri- tedarikçi ilişkisi kurmaya, bir aile ortamı yaratmaya çalışıyoruz. Bu yaklaşımımız neticesinde satış rakamlarımız, yeni müşterilerimizin de katılmasıyla artan bir eğilim gösteriyor. Sunduğumuz hizmetlere ek ve tamamlayıcı yeni hizmetler verebilmek amacıyla Visa ve MasterCard ücret optimizasyonuna yönelik Intelica markasının da Türkiye temsilciliğini yürütüyoruz. Bölgesel veya sektörel temsil-

ciliklerimizi artırmak üzere Özbekistan, Kazakistan ve İran pazarına yönelik çalışmalar yürütüyoruz. Yerel bölgesel pazarlardaki penetrasyonumuzu önümüzdeki dönem artırmayı hedefliyoruz.”

Türkiye'nin en büyük kart kişiselleştirme merkezi

Austria Card Satış ve Pazarlama Müdürü Esra Güler ise Türkiye'nin en büyük kart kişiselleştirme merkezine



Finans Müdürü Murat Çağatay, Muhasebe Yetkilisi Neşe Şenkul



“İSTANBUL NÜFUSU KADAR KARTI KİŞİSELLEŞTİRİYORUZ!”

Yaklaşık 15 milyon adetle bölgenin en büyük kart kişiselleştirme merkezlerinden birine sahip olduklarını vurgulayan Operasyon Müdürü Selçuk Bingül, “Operasyon ekibi olarak dinamik, esnek, hızlı ve çözüm odaklı bir anlayışla operasyonel faaliyetleri yönetiyoruz. Onlarca yurtiçi ve yurtdışı kurumsal müşteriyle yürüttüğümüz bu operasyon yıldan yıla bize çok önemli artılar

kattı. Ekibimizin genç ve dinamik olması, sürekli iyileştirme anlayışı içerisinde yaptığımız işin her seferinde daha iyi olmasına olanak sağlıyor. 7 gün 24 saat müşterilerimizden gelecek talepleri karşılayacak esnek bir organizasyon yapımız var. Önceliğimiz iyi bir takım ruhu yakalamak ve bunu sürdürmek. Eğitime ve gelişime önem veriyor, bunu destekleyecek aksiyonlar almaya çalışıyoruz” diyor.

Soldan sağa mavi önlüklüler:
Operatör Uğur Bedir, Operatör Harun Asker, Operatör Mehmet Güneş, Kasa Görevlisi Sibel Ergen, Operatör İbrahim Alışkan, Operasyon Müdür Yardımcısı Yasın Buluç, Lojistik Yetkilisi Güzel Kocadağ, Kasa Görevlisi Orhan Güneş, Vardiya Amiri Evren Erk, Kasa Görevlisi Murat Kırız, Operatör Hayati Bal, Kasa Görevlisi Sedat Güner, Teknik Servis Yetkilisi Turan Karaüzüm, Operasyon Müdürü Selçuk Bingül

sahip olduklarını vurguluyor. Güler, özellikle kart kişiselleştirme hizmetlerinde müşteri beklentilerine uygun, üstün standartlarda hizmet sunmanın temel başarı kriteri olduğunu düşünüyor:

“Bu doğrultuda ekibimizi yeniden yapılandırarak belirli standartlar getirdik. Daha kısa sürede müşterilerimize cevap vermeye başladık. Kalite kontrol sistematiğimizi güçlendirdik ve ISO 9001:2008 Kalite Yönetim Belgesi’nin alınmasıyla hizmetteki kalitemizi aynı zamanda belgelenmiş olduk. Belirli periyotlarda yayınladığımız mailingler ve bültenlerle hem sektördeki hem firmamız özelindeki gelişmelerden haberdar ediyoruz. Hedeflerimizden biri de sektörde belli bir hizmet standardı anlayışını oturtmak ve sadece finansal değil finans dışı kurumlara yönelik hizmet tedarikinde de aktif rol almak. Firmaların pazarlama fonksiyonlarına daha fazla odaklanmasını ve bizi servis

sağlayıcısı olarak konumlandırmalarını istiyoruz. Bu doğrultuda, outsource edebilecekleri operasyonlarının yönetimini üstlenmeyi hedefliyoruz.”

Güvenlik, üç ödeme sistemleri devinin güvencesinde

Austria Card Türkiye Bilgi Sistemleri Müdürlüğü’nün amacı, müşteri verilerinin güvenliğini fiziksel ve mantıksal kurallar çerçevesinde, en son teknoloji ve yüksek standartlarla sağlamak. Bilgi ve Proje Yönetim Müdürü Burç Ayaroğlu, “Austria Card ailesi olarak güvenlik farkındalığımızı en üst seviyede tutup çalışanlarımızı sürekli bu yönde geliştiriyoruz. Müşterilerimize verdiğimiz değer ve saygı gereği, verdiğimiz her hizmet, ödeme sistemleri ve bankacılık geçmişine sahip proje yöneticileri tarafından yönetiliyor” diyor.

Austria Card Türkiye, ödeme sistemi devleri Visa, MasterCard ve AMEX (American Express) tarafından düzenli olarak denetleniyor. Böylece şirketin hizmet kalitesi de sürekli onaylanmış oluyor. Bilge, Austria Card’ın uluslararası bir bağımsız denetim firması tarafından da yılda iki kez denetlendiğini vurguluyor.



PSD2 fintech'lere istedikleri ortamı hazırlayacak



Okan Yıldız
Bankalararası Kart Merkezi
Strateji ve Bilgi Yönetimi Müdürü

Fintech, finansal hizmet ve teknolojiler alanında son dönemin en popüler kavramı oldu. Dünyanın her yerinde fintech konuşuluyor, araştırmalarla etkisinin ne boyutta olacağı araştırılıyor, nasıl düzenlenmesi gerektiği tartışılıyor. Bazı bankalar fintech şirketleriyle işbirliğine açık stratejiler belirlerken fintech girişimlerinin sayısı ve aldıkları yatırım tutarı her yıl katlanarak artıyor. Önlerindeki çeşitli belirsizliklere rağmen sorunlu süreçlere çözüm üreten, kullanıcılar tarafından kabul görmüş birçok başarılı fintech girişimi var. Ancak başarısız örneklerin sayısı da azımsamayacak kadar yüksek. Avrupa'da 2018'in başlarında hayata geçmesi planlanan PSD2'nin (Payment Services Directive - Ödeme Hizmetleri Direktifi) ise fintech'lere, başarılı olma şansları daha yüksek olan bir ortam hazırlayacağı düşünülüyor. 2007 yılında yürürlüğe giren ilk PSD ile Avrupa Birliği pazarında güvenli, basit ve etkin bir ödeme yapısı kurulması amaçlanmış, bu yönde adımlar atılmıştı. PSD2'nin ise Avrupa'da bankacılık sektörü üzerindeki etkilerinin "yıkıcı" (disruptive) olacağı, inovasyonu artıracığı belirtiliyor. Temel amacı maliyetlerin azaltılması ve banka dışı oyuncuların pazara daha rahat girebilmesinin sağlanması olan PSD2 sayesinde fintech firmalarının önündeki engellerin azalacağı, müşterilerin daha fazla korunacağı ve süreçlerin kolaylaşacağı ifade ediliyor.



İş modelleri değişecek

Avrupa Komisyonu, PSD2'nin amacını Avrupa'da daha güvenli ve daha inovatif ödemeler yapılmasını sağlamak olarak tanımlıyor. PSD2 içeriğindeki "Hesaba Erişim (Access to the Accounts - XS2A)" kuralı; bankaları, banka hesaplarını üçüncü parti (3rd party) firmalara/uygulamalara açacak standartlaştırılmış bir API geliştirmek zorunda bırakıyor. Böylece bugüne kadar müşteri hesaplarının sahibi olan bankalar, müşterinin isteği doğrultusunda bu bilgiyi üçüncü parti uygulamalarla paylaşacak. Kuralları baştan yazılacak olan rekabet yoğun pazarda iş modelleri değişecek, yeni oyuncular pazara girecek ve yeni işbirlikleri gündeme gelecektir.

Zorunluluk değil, fırsat...

Bankalar açısından PSD2'nin, ilk etapta üçüncü parti firmaların sistemlerine entegre olması için yapılması gereken operasyonel geliştirme ihtiyaçları dolayısıyla maliyet oluşturacağı öngörülüyor. Ancak bankaların bunu sadece zorunluluk olarak görmemesi, müşterilerine daha iyi hizmetler sunmak için fırsat olarak konumlandırması gerekiyor. Müşteri hesaplarının mutlak kontrolünü kaybedeceği söylenen bankaların önünde değerlendirmeleri gereken bazı seçenekler bulunuyor:



“ PSD2 içeriğindeki ‘XS2A’ kuralı bankalara; müşteri isteği doğrultusunda, hesap bilgilerini üçüncü parti uygulamalarla paylaşma zorunluluğu getiriyor. ”



- Bankaların üçüncü parti ödeme hizmeti sağlayıcı olmayı tercih etmesi, diğer finansal kuruluşlar gibi bankalara da rakip banka müşterilerinin bilgilerine ulaşma ve çapraz satış yapma imkanı sunabilir.
- Kendini fintech şirketlerine, küçük ölçekli bölgesel bankalara veya pazara yeni giren bankalara hizmet sağlayan bir kurum olarak konumlandıran bankalar, sundukları bu hizmetle gelir elde etme imkanı yakalayabilir.
- Sahip oldukları verilerin analiziyle müşterilerin kredi skorunun paylaşılması gibi pazardaki diğer oyuncular için katma değerli hizmetler sunmak da bankaların değerlendirilebileceği seçenekler arasında yer alıyor.
- Diğer bir seçenekse ülkemizde de birçok bankanın üzerinde durduğu “fintech’lerle işbirliği yapmak”... PSD2 doğrultusunda müşteri hesap bilgilerini üçüncü partilerle paylaşacak olan bankalar, fintech şirketleriyle işbirliği yaparak bu durumu fırsata çevirebilir. Aralarında ülkemizde faaliyetlerini sürdüren bazı global bankaların da yer aldığı birçok bankanın yaptıkları yatırımlar ve satın almaları bu yolu izlediğini söyleyebiliriz.

Online ödemelerde akış değişebilir

Bankaların hesap bilgilerini üçüncü parti oyunculara açmak zorunda olması özellikle e-ticarete ödeme altyapısında yeni iş fırsatları gündeme getirebilir. Mevcut durumda ödeme sırasında işyerlerinin anlaşmalı olduğu kurum/banka ile kart sahibinin bankası arasındaki bilgi akışı, kart

şeması üzerinden gerçekleşiyor. PSD2 sonrasında ise zorunlu hale gelecek olan API üzerinden işyeri, müşterinin banka hesap bilgilerine doğrudan erişerek ödemeyi tamamlayabilecek.

BT'nin önemi artacak

PSD2 ile birlikte bankaların paylaştığı API sayısının artması bekleniyor. API'ların içeriği ve bu kapsamda oluşturulacak işbirlikleri, bankaların

başarısında belirleyici olacak. Bu nedenle bankalarda bilgi teknolojilerinin (BT) stratejik öneminin artması, teknik kapasitesi yüksek olan ve müşterilere hayatı basitleştiren deneyimler sunmayı başarabilen bankaların yeni dönemde ön plana çıkması bekleniyor.

Takvim esnetilebilir

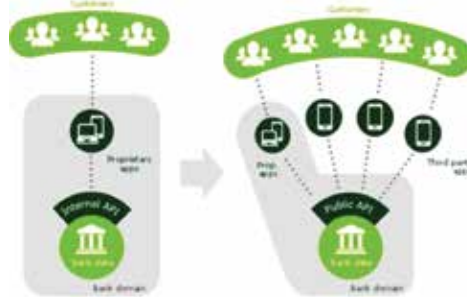
Açıklanan takvime göre, 2018 yılının başında PSD2'nin yürürlüğe girmesi hedefleniyor. Ancak bankalar ve diğer oyuncular, ilk etapta yapılan açıklamalarda bazı belirsizlikler olduğunu, teknik standartlar açısından ne yapmaları gerektiğine dair daha detaylı bilgiye ihtiyaç duyduğunu ifade ediyor. Bu belirsizliklerin netleştirilmesi ve ilgili kurumların gerekli geliştirmeleri yapmasının belirlenen takvim çerçevesinde tamamlanamayabileceği ve hedeflenen tarihin bazı alt başlıklarda esnetilmesinin gündeme gelebileceği belirtiliyor.

Yeni yapıya hazırlanma zamanı

Önümüzdeki 2 yılda Avrupa’da PSD2’ye yönelik geliştirmeler yapılacak, sistem ayağa kalkacak ve yeni iş modellerini görmeye başlayacağız. İlk PSD’deki gibi, PSD2’nin de bir süre gecikmeyle ülkemiz şartlarına uyarlanmasını bekleyebiliriz. Bu yüzden hem bankalarımızın hem de fintech ekosisteminin, içinde bulunduğumuz dönüşümü doğru okuyup geçiş sürecini yeni yapıya kendilerini hazırlamak, yeni iş modelleri ve işbirlikleri üzerine düşünmek için fırsat olarak görmesi, süreci başarıyla atlatmak açısından önem taşıyor. ☹

ÖZET

PSD2'nin Avrupa bankacılık sektörü üzerinde “yıkıcı” (disruptive) etkileri olacak, inovasyon yaygınlaşacak. Temel amacı maliyetlerin azaltılması ve banka dışı oyuncuların pazara daha rahat girebilmesi olan PSD2 sayesinde fintech firmalarının önündeki engeller azalacak, müşteriler daha fazla korunacak, süreçler kolaylaşacak...





Erkekler ihtiyaca göre kadınlar spontane hareket ediyor

Tüketiciler online alışveriş için hangi siteleri tercih ediyor? İnternette neyi satın alıyor, neyi almıyorlar? En çok hangi ödeme araçlarını kullanıyorlar? E-ticaret için motivasyonlar ve bariyerler neler?.. PayU Türkiye'nin alışveriş alışkanlıklarına dair yaptırdığı araştırmada çarpıcı sonuçlar ortaya çıktı...



Sunduğu birçok hizmetle e-ticaret sektörünün dünya çapındaki liderleri arasında yer alan PayU Türkiye'nin, uluslararası pazar araştırma şirketi GfK'ya yaptırdığı odak grup ve Consumer Life raporlarına dayanan araştırmada, Türkiye'deki tüketicilerin e-ticarete bakış açıları, davranışları ve yaklaşımlarıyla ilgili elde edilen sonuçlar dikkat çekti. 18-45 yaş arası tüketicilerle yapılan odak grup toplantılarında alışveriş alışkanlıklarına ilişkin önemli içgörüler elde edildi. Araştırmanın kalitatif sonuçlarına göre göre; Türkiye'de erkekler alışveriş yapmaya ihtiyaçları doğrultusunda karar verirken kadınlar ise daha çok spontane alışveriş yapıyor. Aynı araştırmaya göre, kampanyalar erkeklerin alışveriş tercihleri üzerinde çok büyük bir etkiye bulunmuyor. Kadınlar ise kampanya ve reklamlara göre tercihlerini önceliklendiriyor. Yine erkekler daha önce alışveriş yapmadıkları sitelerden alışveriş yapabiliyorken, kadınlar genelde takip ettikleri siteler üzerinden alışveriş yapmayı tercih ediyor.

Türkiye' de e-Ticaret

Satın Alma Sebepleri

Türkiye'de **erkekler** ihtiyaçları yönünde alışveriş yaparken, **kadınlar** spontane davranıyor.

Bu çok güzel!

Bu lazım!

Kampanyanın Etkisi

Kampanyalarla kadınların alışveriş tercihlerini belirlerken, erkeklerin tercihleri üzerinde etkili olmuyor.

İNDİRİM!

KAMPANYA!

Site Tercihleri

Pazar Yeri

Marka Siteleri

Fırsat Siteleri

Tüketiciler, **öncelikle fırsat sitelerinden** ve **pazaryerlerinden** alışveriş etmeyi tercih ediyor.

Ne Alıyoruz?

Mutfak eşyası, kitap gibi ürünler, **"düşük riskli"** ve kolay satın alınabildiğinden **daha çok tercih ediliyor.**

Giyim, mobilya, cep telefonu, bilgisayar gibi ürünler, **yüksek fiyat, orijinalik, garanti** gibi kaygılardan dolayı **riskli bulunuyor.**

Alternatif Ödeme

Online alışverişte **en çok kullanılan ödeme aracı kredi kartı.**

18-45 yaş arası alışverişçilerle İstanbul'da toplam 5 odak grup toplantısı ve GfK'nın her yıl Türkiye'de 15 yaş ve üzeri, toplam 1.635 kişi ile online görüşme tekniği kullanarak gerçekleştirildiği sendikali araştırma Consumer Life Raporu'na dayanmaktadır.

www.payu.com.tr PayU

#PayUBehind

PayU Türkiye Ülke Direktörü Emre Güzer, araştırmanın çıkış noktasını ve amaçlarını şöyle anlatıyor: “PayU Türkiye olarak, uzun süredir üye işyerlerimizin sadece online dünyada değil her alanda ödeme ihtiyaçlarını eksiksiz karşılamak ve onların asıl işleri olan ticaretlerine odaklanmalarını sağlamak için çalışıyoruz. Bu amaçla birçok çalışma yaptık, yapmaya da devam ediyoruz. Bu çalışmalarımızla, Türkiye’de e-ticaretin gerek büyüklük gerekse hizmet kalitesi açısından, gelişmiş ülkelerdeki e-ticaret sektörü ile boy ölçüşebilecek seviyelere gelmesini amaçlıyoruz. Bu doğrultuda, Türkiye’de elektronik ticareti kalkındırmaya yönelik çalışmalarımıza bir yenisini daha ekledik. Dünyanın önde gelen araştırma şirketi GfK’nin PayU için yapmış olduğu bu araştırmayla sektöre yol göstermeyi hedefledik. İnternet üzerinden alışveriş yapan veya yapmayan tüketicileri araştırdığımızda ortaya çıkan tablodan PayU olarak biz de ödevlerimizi aldık ve bu ihtiyaçları gidermeye yönelik çalışmalarımıza hızla devam edeceğiz. Araştırma sonuçlarının ışığında, gerek ürün gerekse süreçler tarafında yapacağımız inovatif çalışmalar ile e-ticaret yapan işletmelerin ulaşabileceği tüketici kitesini daha da artıracacağız.”

ARAŞTIRMA SONUÇLARI

Hangi siteleri tercih ediyorlar?

Tüketicilerin hangi siteleri neden tercih ettiklerinin de detaylı bir şekilde analiz edildiği araştırmada katılımcıların fırsat siteleri, pazar siteleri, mağaza siteleri ve yurtdışından alışveriş yapıp yapmadıkları ve nedenleri sorgulandı. Ortaya çıkan sonuçlara göre tüketicilerin siteleri tercih etme nedenleri ise şunlar oldu:

- Fırsat siteleri: Birden fazla markayı bünyesinden barındıran ve sürekli kampanya/fırsat sunan bu siteler erkekler ve kadınlar tarafından bilinip takip edilse de takipçi kitlesi daha çok kadınlardan oluşuyor. Bu sitelerin sunduğu seçenek fazlalığı ve indirimler, tüketicileri bu sitelere çeken avantajlar oluyor.
- Pazar siteleri: Birçok kategoriden her türlü ürünün bir arada bulunabildiği bu siteler özellikle elektronik ürünler için tercih ediliyor. Pek çok ürünü bir arada bulabilmek, başka sitede araştırmak zorunda kalmamak en büyük artıları olarak görülüyor.
- Mağaza siteleri: Tüketiciler, fiziksel mağazalardan beğendikleri ürünleri indirimde girince mağazanın sitesinden almayı tercih edebiliyor. Fiziksel mağazası olan markalar tüketiciye daha fazla güven verebiliyor, muhatap bulunabileceğine daha çok inanılıyor.
- Yurtdışı siteleri: Araştırma sonucuna göre özellikle uygun fiyatlı ürün alımı sağladığı için yurtdışı alışveriş siteleri merak edilse de tüketiciler, yurtdışı alışverişler konusunda kendilerini yeterince güvende hissetmediklerinden bu siteler kullanımı en düşük alışveriş siteleri olarak öne çıktı.

Tüketiciler internette neyi satın alıyor, neyi almıyor?

Araştırmada çıkan çarpıcı sonuçlardan biri, ulaşım ve etkinlik biletlerinin online olarak satın alınmasının, artık online alışverişin bir uzantısı olarak görülme derecede yaygınlaşması.

Bunun yanı sıra beyaz eşyalar için marka ve model adıyla arama yapıp; marka güvence (garanti, servis vb) veriyorsa



bu ürünler satın alınıyor. Mutfak eşyası, kitap gibi ürünler ise “düşük riskli” ürünlerden sayıldığından ve kolay satın alınabildiğinden tercih ediliyor.

Giyim kategorisi, en riskli bulunan ürün gruplarını içeriyor. Burada beden uyumu, renk, kumaş gibi kaygılar devreye giriyor. Mobilya ve ev tekstili de giyim gibi model, renk kaygılarının yaşandığı bir kategori olarak dikkat çekiyor. Cep telefonu ve bilgisayar ise yüksek fiyatlı olmaları, orijinallik, garanti gibi kaygılar nedeniyle riskli bulunuyor.

Kredi kartı birinciliği kaptırmadı

Online alışverişlerde tercih edilen ödeme araçlarının başında kredi kartı geliyor. Peşin fiyatına taksit yapmak, puan kullanmak gibi özellikler nedeniyle avantajlı olarak görülen bu ödeme yöntemi online alışveriş yapmayanları güvenlik açısından en çok endişelendiren yöntem de oldu.

En sık kullanılan ikinci yöntem olarak kapıda ödeme göze çarpıyor. Kredi kartı/banka hesap bilgileri gibi önemli bilgilerin çalınma endişesini ortadan kaldırması nedeniyle tercih edilen bu yöntem online alışveriş yapmayanların da ileride tercih edebileceklerini belirttikleri bir yöntem olarak dikkat çekiyor. Ancak online alışveriş yapanlar bu ödeme yönteminin, ürün fiyatlarını çoğunlukla artırmaması nedeniyle tercih etmiyor.

Bu iki ödeme yöntemi dışındaki sanal kart ise daha az tercih edilen bir yöntem oldu. Online tüketiciler her ne kadar bu ödeme yöntemlerinden haberdar olsa da üst düzey güvenlik sunmalarına rağmen yine de tüketicilerin bir kısmı tarafından tercih ediliyor. Online alışveriş yapmayanlarsa henüz bu yöntemlerin varlığından habersiz.

Havale/EFT ile ödeme, güvenilir olmamasının yanı sıra çok zahmetli olması ve büyük firmaların çoğunlukla bir seçenek olarak sunmaması nedeniyle en az tercih edilen yöntem olarak göze çarpıyor.

Marka değeri ve kurumsallığın sağladığı güven hissini yanı sıra internette alışveriş yapan kullanıcıların bir sitede güven açısından dikkat ettikleri ipuçlarının başında sunulan ödeme yöntemlerinin çokluğu göze çarpıyor. Kapıda ödeme yöntemi kullanmak, sanal kart kullanımı, SSL güvenliği gibi un-

surların yanı sıra kullanımı oldukça düşük olsa da e-cüzdan yöntemiyle ödeme seçeneklerinin olması tüketicilerin alışveriş yapacakları sitelere güvenmelerini sağlıyor.

Online alışveriş neden yapıyor, neden yapılmıyor?

Araştırmada tüketicileri online alışverişe yönlendiren motivasyonlar ve online alışverişin önündeki bariyerler de incelendi. Her tüketici segmenti için internette alışverişin birincil nedeni fiyat oldu. Mağazaya göre düşük fiyata satın alma imkanı tüketicileri online alışverişe yönlendiriyor. Zaman tasarrufu, ürün çeşitliliği, ürünlerle ilgili yorumlar, kargo ile gönderim kolaylığı ve ürün karşılaştırmaları da tüketicileri online alışverişe çeken diğer unsurlar oldu.

Teslimat konusunda yaşanan kaygılar online alışverişler önündeki önemli bariyerler arasında yer aldı. Tüketiciler, ideal teslimat süresini 3 gün olarak tanımlarken bundan daha uzun sürede gelecek her şeyi "geç teslimat" olarak kabul ediyor. Kargo geldiğinde iş yerinde ya da evde olmaktan endişe duyulması da teslimat konusunda diğer bir sorun olarak öne çıkıyor. Tüketicilerin beğenip heveslenerek aldıkları bir ürünün amında kullanmak istemeleri de kendilerini online yerine fiziksel mağazalara yönlendiriyor. Muhatap bulamamak, iade/değişim süreçleri, kredi kartı ve kimlik bilgilerinin çalınması endişesi, görsellerin gerçeği yansıtmaması, deneme imkânının olmaması, kapıda ödemenin fiyatı

artırması ve eksik bilgilendirme endişesi gibi unsurlar da online alışverişin önündeki diğer engeller olarak dikkat çekti.

Online alışveriş yapanlar ürünleri daha fazla tavsiye ediyor. GfK'nın her yıl Türkiye'de 15 yaş ve üzeri 1.635 kişiyle online görüşme tekniği kullanarak yaptığı diğer araştırması Consumer Life Raporu'nun kantitatif sonuçlarına göre ise online alışveriş yapanların yüzde 72'si en az bir kredi kartı sahibi olduğunu belirtiyor. Online alışveriş yapmayanlarda bu oran yüzde 49'a kadar geriliyor.

GfK Consumer Life araştırmasına göre online alışveriş yapanların, fiziksel mağazalarda alışveriş yapanlara kıyasla beğendikleri ürünleri ailelerine ve arkadaşlarına çok daha fazla oranda önerdikleri ortaya çıktı. Online alışveriş yapanların yüzde 74'ü beğendikleri ürünleri ailelerine, yüzde 76'sı ise arkadaşlarına tavsiye ettiklerini belirtiyor. Bu oran fiziksel mağazalarda alışveriş yapanlarda sırasıyla yüzde 58 ve yüzde 49'a geriliyor.

Online alışverişini tercih edenlerin teknolojiyle daha fazla içli dışlı olması da araştırmadan çıkan diğer önemli sonuç oldu. Online tüketicilerin yüzde 41'i son 30 gün içerisinde televizyon (akıllı, standart, oyun konsolu), yüzde 84'ü masaüstü/dizüstü PC, yüzde 47'si tablet, yüzde 94'ü ise akıllı telefon kullandıklarını belirtti. Offline ticareti tercih edenlerde ise bu ürünlerin kullanım oranı televizyon için yüzde 21, masaüstü/dizüstü PC için yüzde 46, tablet için yüzde 23 ve akıllı telefon için yüzde 72 seviyesinde kaldı.

Kim, nasıl online alışveriş yapıyor?

Üniversite Öğrencisi Profili

18-24 yaş İstanbullu. Akıllı telefonu ve laptop ve tablet aynı anda kullanabiliyor. Alışveriş ya da yurtta yaşamıyor. Yabancı dilde konuşabiliyor ancak arkadaşlarıyla ve öğrenciye de vakit var. Gezmeyi seviyor.

Online alışverişte birincil motivasyon «ürün çeşitliliği»

Boş zaman Hafta içi dersler ve sonrasında arkadaşlarıyla kafede takılmak dışında sonu okuyor. Hafta sonu alışveriş ve arkadaşlarla sinema ve tatile ediyor.

Alışveriş Özellikle kıyım alışverişe ilgisiz. Genelde sporla alakalı alışveriş yapıyor. Alışveriş merkezini gezmeyi çok seviyor. Giyim alışverişini çok seviyor.

Alışveriş Özellikle daha çok elektronik alışveriş yapıyor. Giyim alışverişini pek sevmiyor. Alışverişin kalite göre daha değerli.

İnternet kullanımı Facebook ve Instagram'ı çok kullanıyor. WhatsApp'ı sadece arkadaşlarıyla ve öğrenciye de vakit var. Gezmeyi seviyor.

Sosyal medyaya orta derecede ilgilidir.

25-35 Yaş Çalışan Kadın Profili

25-35 yaş İstanbullu. Akıllı telefonu var. Laptop ve tablet aynı anda kullanabiliyor. 5-10 yıllık evli. Çocukları 2-7 yaşlarında. Her iki işi hem evde tam zamanlı çalışıyor. Genelde yarın ve kendine ayırarak zaman alır.

Online alışverişte birincil motivasyon «Zaman kazanma»

Boş zaman Küçük çocukları olduğu için akşam evde onlarla ilgileniyor, kendine ayırarak vakit az. Haftasonları da çocuklarıyla birlikte geziyor.

Alışveriş Yiyecek alışverişini haftalık eve siparişleri ya da haftasonu toplu olarak yapıyor. Arta çok vakit harcama yapabiliyor. Diğer alışverişleri ise haftasonuna planlıyor. Alışverişe Alışveriş için seyahat ediyor. Bunu çocukları için de eğlence ve hava alma için yapıyor.

Alışveriş Yiyecek alışverişini haftalık eve siparişleri ya da haftasonu toplu olarak yapıyor. Arta çok vakit harcama yapabiliyor. Diğer alışverişleri ise haftasonuna planlıyor. Alışveriş için seyahat ediyor. Bunu çocukları için de eğlence ve hava alma için yapıyor.

İnternet kullanımı En çok Facebook kullanıyor. Gün içinde gazeteleri okumak için de vakit alıyor. Genelde evdeyken internette ilgileniyor.

Sosyal medyaya orta derecede ilgilidir.

25-35 Yaş Çalışan Erkek Profili

25-35 yaş İstanbullu. Akıllı telefonu var. Laptop ve tablet aynı anda kullanabiliyor. Çocukları küçük olduğu için iş dışında zamanında onlarla ilgileniyor, oynamaya çalışıyor. Bu nedenle kendine ayırdığı zaman daha az.

Online alışverişte birincil motivasyon «Societeleri karşılaştırabilme»

Boş zaman Maç izlemek, haftasonları uygulamak dışındaki vakit kurs ve çocukları ile birlikte dışarıda zaman geçiriyor.

Alışveriş Alışveriş alışveriş yapmaktan hoşlanıyor. Özellikle AVM alışveriş merkezleri vakit geçirmeye akıllı. Yiyecek ve elektronik alışverişini çok seviyor. Alışverişin kalite göre daha fazla değerli.

İnternet kullanımı En çok Facebook kullanıyor. Gün içinde gazete, okunamayan yorumları okuyor. Özellikle bazen internette dışı, film izliyor.

Sosyal medyaya orta derecede ilgilidir.

36-45 Yaş Çalışan Kadın Profili

36-45 yaş İstanbullu. Akıllı telefonu var. Laptop ve tablet aynı anda kullanabiliyor. Çocukları büyük olduğu için kendine vakit ayırmıyor. Her iki işi de tam zamanlı çalışıyor. Akademi ve kız kardeşleriyle zaman geçiriyor.

Online alışverişte birincil motivasyon «Farklı tasarımların bulunabilmesi»

Boş zaman İş çıkışı arkadaşlarıyla buluşuyor ya da eve gelip alışveriş yapıyor. Alışveriş için seyahat ediyor. Haftasonları arkadaşlarıyla plan yapıyor. Her iki işi de tam zamanlı çalışıyor.

Alışveriş Alışveriş için vakitleri var. Yiyecek alışverişini haftalık ya da hafta sonu yapıyor. Alışveriş için seyahat ediyor. Haftasonları arkadaşlarıyla plan yapıyor. Her iki işi de tam zamanlı çalışıyor.

İnternet kullanımı En çok Facebook ve Instagram kullanıyor. Günün herhangi bir saati online olabilir.

Sosyal medyaya orta derecede ilgilidir.

36-45 Yaş Çalışan Erkek Profili

36-45 yaş İstanbullu. Akıllı telefonu var. Laptop ve tablet aynı anda kullanabiliyor. Çocukları büyük olduğu için kendine vakit ayırmıyor. Her iki işi de tam zamanlı çalışıyor. Akademi ve kız kardeşleriyle zaman geçiriyor.

Online alışverişte birincil motivasyon «Alışverişte olmayan ürünü bulmak»

Boş zaman Balık tutmak, tavuk, maç izlemek gibi aktivitelerle zaman geçiriyor. Alışveriş için seyahat ediyor. Haftasonları arkadaşlarıyla plan yapıyor. Her iki işi de tam zamanlı çalışıyor.

Alışveriş Alışveriş için vakitleri var. Yiyecek alışverişini haftalık ya da hafta sonu yapıyor. Alışveriş için seyahat ediyor. Haftasonları arkadaşlarıyla plan yapıyor. Her iki işi de tam zamanlı çalışıyor.

İnternet kullanımı Haber okumak, işle ilgili konuları araştırmak için kullanıyor. Facebook ve Twitter'a üye ancak çok aktif değil.

Sosyal medyaya ilgisizdir.

#PayUBehind

Kapalıçarşı'dan çıkan CMT e-paranın buluşma noktası olacak

BDDK'dan elektronik para lisansı alan CMT, hizmet yelpazesini genişletiyor. Yurtdışı para transferi ağını yeniden kurgulayan şirket, yeni açacağı 'HAN'larda bankacılık hizmeti de verecek. CMT Genel Müdürü Onur Baran Çağlar, "E-para lisansına ihtiyaç duyan ve kriterlere uyan her şirketle işbirliğine açığız. Hem lokal şirketlerin hem de fintech'lerin buluşma noktası olacağız" diyor...

ESİN GEDİK

BDDK'nın elektronik para ve ödeme hizmetleri kuruluşu lisansı uygulamasıyla birlikte, bugüne kadar sessiz sedasız kendi yağıyla kavrulmaya çalışan şirketler için yeni bir dönem başladı. Özellikle elektronik para lisansı alan şirketler, ödemeler dünyasının güçlü aktörleri olma yolundaki çalışmalarına hız verdi. Bu şirketlerden biri de CMT yani "Cash Money Transfer"...

2009 yılında kurulan ve sahipleri Kapalıçarşı'nın tanınmış esnafları olan CMT, bugüne kadar iki büyük şubesiyle 160 bin kişiye hizmet verip 250 milyon liranın üzerinde para transferine aracılık etmiş. Özellikle Sovyetler Birliği dağıldıktan sonra kurulan Bağımsız Devletler Topluluğu'na yönelik para transferinde lider olan CMT'nin artık daha büyük hedefleri var...

Lisansı aldıktan yeniden yapılanma çalışmalarına hız veren CMT, ilk olarak yönetim kadrosunu değiştirmiş. Şimdi şirketin dümeninde uzun yıllar telekom sektöründe çalıştıktan sonra finans dünyasına geçiş yapan Onur Baran Çağlar oturuyor.

Kasım 2015 itibarıyla CMT'de danışman olarak göreve başlayan Onur Baran Çağlar, üst yönetimdeki yeniden yapılanma doğrultusunda Şubat 2016'da genel müdürlüğe terfi etmiş. Ocak ayından bu yana hummalı bir çalışmaya yü-



**Onur
Baran Çağlar**

rüttüklerini ve tüm yapıyı değiştirdiklerini söyleyen Çağlar, “Yaklaşık 4 aydır deyim yerindeyse kafamızı gömüp tüm sistemi ve teknolojik altyapıyı değiştirdik. Sadece teknolojimizi değil kurumsal kimliğimizi de yeniden kurguladık. Mevcut şubelerimiz ve yeni açacaklarımız, müşterilerimizin karşısına yeni yüzleriyle çıkacak” diyor.

Kurumsal kimlik çalışmasının temelinde Kapalıçarşı yatıyor. Çağlar, bu konuda da “Dünyanın en eski finans ve ticaret merkezi olan Kapalıçarşı’nın İmameli Hanı’nda doğan bir şirketiz. Geçmişimize sahip çıkmak, bu mirası sürdürmek için şubelerimizin adını ‘HAN’ olarak kurguladık. Yani Hesaplı Akıllı Nokta’lar olacak” bilgisini veriyor.

“Rekabetin önu açıldı”

Sohbetimiz sırasında Çağlar, aslında lisans uygulamasının çıkmasının da CMT’nin sahiplerinin girişimiyle olduğunu anlatıyor. CMT’nin kurucuları, o dönemde bakan olan Ali Babacan’ı ziyaret edip yabancı şirketlerle rekabet edemediklerini, bankaların münhasır olarak çalıştıklarını anlatıp “bize de lisans verin” demişler. Ekonomi yönetimi de bu işi düzenlemek için lisans uygulamasına karar vermiş.

Çağlar, lisansla birlikte artık rekabete daha açık bir ortam oluştuğunu düşünüyor ve bankaların daha önce yaptığı gibi sadece yabancılar değil yerli şirketlerle de çalışacaklarını belirtiyor. Hatta bu konuda ilk adımları atmışlar bile. Şu anda büyük bir kamu bankasının da arasında olduğu 10 bankayla görüşmeler imza aşamasına gelmiş. Bu dönemde yurtdışı ağını da güçlendiren CMT, hedef olarak belirlediği ülkelerde 30 şirketle temsilcilik anlaşması imzalamış.

İşlem süresi 23 saniyeye indi

Çağlar’ın önünde uzun bir yapılacaklar listesi var. Listeye geçmeden önce kendilerinin tasarlayıp ürettikleri yeni işlem cihazından söz edelim. Şu an piyasada kullanılanlardan farklı bir tasarıma sahip olan bu yeni cihaz, hem görü-



Çağlar, lisansla birlikte artık rekabete daha açık bir ortam oluştuğunu düşünüyor ve bankaların daha önce yaptığı gibi sadece yabancılar değil yerli şirketlerle de çalışacaklarını belirtiyor.

nüm hem de işletim olarak POS’lara çok benziyor. Çağlar, “Müşterinin pasaportunu okutmasıyla işlem başlıyor. Sistem, pasaportun hangi ülkeye ait olduğunu anlayıp müşteriye kendi dilinde hizmet veriyor. Şu anda 5 ila 10 dakika arasında değişen işlem süresi de 23 saniyeye indi” diyor.

Bu yeni cihazın bir diğer özelliği de müşterilerin özel günlerini anımsaması. Çağlar, bunu şöyle bir örnekle açıklıyor: “Diyelim ki Gürcü bir müşterimiz geldi. O gün Gürcüle-





rin bir bayramı ya da özel günüyse sistem, müşterilerimize kutlama mesajı gönderiyor.”

CMT, bu yıl 1.500 noktaya ulaşacak

CMT, bu yıldan itibaren agresif bir büyüme politikası izleyecek. Onur Baran Çağlar, önümüzdeki günlerde franchising sistemiyle İstanbul’da 2, Antalya’da da 3 HAN açacaklarını söylüyor. Yıl sonu hedefi ise 10 HAN ve 1.500 bankoya ulaşmak.

Bankolar, farklı işler yapan esnafa verilen temsilciliklerden oluşacak. Örneğin bir kuyumcu ya da mağaza sahibi, sayıla belirlenmiş şartlara uygunluk göstermesi durumunda banko açarak çalışabilecek. CMT’nin rekabette iddialı olduğu bir diğer konu da komisyon oranı. Çağlar, müşterilerine yüzde 40’lara oranlarda daha ucuza hizmet verdiklerini söylüyor. Şu anda 160 bin müşterisi olan CMT’nin hedef kitlesi diğer şirketlerle benzer. Çağlar, “Türkiye’de yaşayan yabancı sayısı, Suriyeliler hariç 650 bin civarında. Öte yandan, yurtdışında yaşayan 5 milyonun üstünde Türk var. 2,5 milyon kadar da kesin dönüş yapmış bir kitle söz konusu. İlk etapta bu kitleyi hedefliyor, buradaki payımızı artırmayı istiyoruz. Daha sonra yurtiçi gelecek” diyor.

Asıl oyunculuk alanı “dijital para”

CMT’nin yeni dönemde en iddialı olacağı konu ise kuşkusuz elektronik para olacak. Şu anda Türkiye’de sadece 5 şirketin e-para lisansı aldığını anımsatan Çağlar, bankalarla yarışacakları alanın da bu olacağına dikkat çekiyor. Onur Baran Çağlar, lisans alan diğer kurumlardan farklı olarak bir gruba bağlı olmamalarının kendileri için büyük

avantaj sağlayacağını düşünüyor. Gerekçesini de şöyle ekliyor: “Burada geniş bir oyun alanı var. Yurtdışı ve yurtiçi para transferinin yanı sıra tahsilat, ön ödemeli kartlar, sadakat ve kampanya kartları, çok sayıda finansal ürün satışının başladığı noktalar olacağız. Yabancı müşterilerimizin çoğunun banka hesabı yok, onlar için de ön ödemeli kart çıkarıp sistemin içinde olmalarını sağlayacağız.”

Türkiye’de nüfusun yüzde 40’ının finans sistemi dışında olduğu, bu kitlenin büyük bir potansiyel taşıdığını belirten Çağlar, bu alandaki hedeflerini de şöyle anlatıyor: “Bu kişilerin çoğu dijital dünyada oyun oynayıp para harcayan 18 yaş altı ve belirli bir yaşın üzerindeki kesim. Onlar için de ön ödemeli kart çıkarıp alışveriş yapmalarına, para transfer etmelerine destek olacağız.”

Türkiye’de çeşitli kartlar aracılığıyla puan veren, kampanya düzenleyen çok sayıda uygulama olduğunu, bunların da lisansları olmadığı için farklı hizmetler veremediklerini düşünen Çağlar, “Artık bizim lisansımızla bu puanları paraya dönüştürebilecek, müşterilerine verdikleri hizmetleri çeşitlendirecekler” diyor.

Fintech’lerin buluşma platformu

Çağlar, Türkiye’de artık “her şeyi ben de yapayım” döneminin sona erdiğine vurgu yaparak fintech döneminin olası etkilerini şöyle anlatıyor:

“Türkiye’de yükselen bir fintech gerçeği var. Avrupa’da bankalar fintech’ler yüzünden gelirlerini kaybetmeye başladı. Biz onlara kapımızı açacağız. Amazon’un kurucusu “İnovasyon dediğin işi, iki büyük pizzayı yiyen kişiler yapar” diyor. Yani çok kalabalık kadrolara ihtiyaç yok. Her işi kendin yapıp kadroları şişireceğine fintech’lerle işbirliği yapmak önemli. Biz de bu doğrultuda biz teknik altyapımızı, yazılımımızı açık kaynaklı yaptık. İsteyen herkes bizim sistemimizi kullanıp kendi işini yapabilecek, bizimle iş yapabilecek, herkese uç vereceğiz.”

“Bankaların sahadaki yüzü olacağız”

CMT, bir yandan bankalara rakip gibi görünen hizmetlere yönelirken, bir yandan da onlarla yakın işbirlikleri geliştirmeyi planlıyor. Bir banka şubesinin yapabileceği çok sayıda işlemi yapabileceklerini anımsatan Çağlar, “Evet belki satış yapamayacağız ama satış işlemini başlatacağız, ürünlerinin tanıtımlarını yapabileceğiz” diyor.

Çağlar, Türkiye’de şube açmak istemeyen çok sayıda banka olduğunu, bunlara şube hizmeti de vermeye hazırlanıklarını anlatıyor. BDDK’nın yaptırımları nedeniyle bankaların şubelerinin bir metre dahi dışına çıkmasının yasak olduğunu anımsatan Çağlar, bankaların sahadaki yüzü olacaklarına inanıyor. ☹

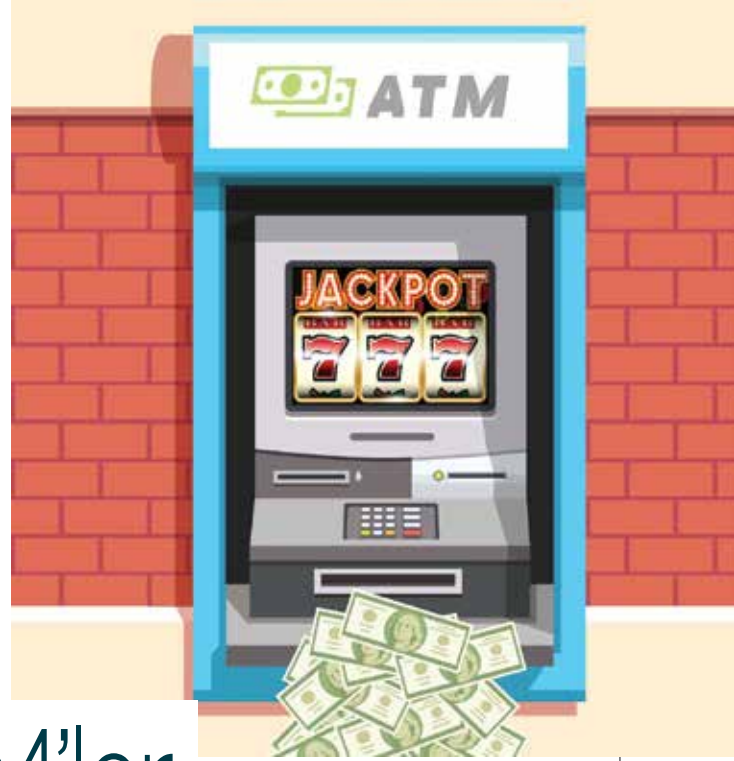
HEDEF: HER SOKAKTA BİR CMT ŞUBESİ

Yeni açacağı CMTHAN ve CMTBANCO’larla birlikte 8.5 milyon kişiye hizmet vermeyi hedefleyen CMT, önümüzdeki dönemde yurtiçi para transferlerine de aracılık yapacak. Ancak Onur Baran Çağlar, bu projenin ayrıntılarını şöyle anlatıyor: “Yurtiçi para transferi yapmak, bir başka deyimle PTT ile

rekabet etmek oldukça zor. Bu yüzden biz de Türkiye’nin en yaygın market ağına sahip zincirlerinden biriyle görüşme halindeyiz. Anlaştığımız takdirde bu zincirin tüm şubeleri aynı zamanda birer CMT para transferi noktası olacak. Böylece Türkiye’nin hemen her şehrinin her mahallesinde bir şubemiz olacak.”



Daha önce ATM'ye ek cihaz yerleştirerek manyetik kartları kopyalayan siber korsanlar, işi büyüttü. Sisteme uzaktan korsan yazılım yükleyip; sanki banka merkezinden geliyormuş gibi talimatla ATM'ye istedikleri işlemi yaptırabiliyorlar...



Yazılımı eski ATM'ler büyük risk altında!

Dijital bankacılığın gelişmesi beraberinde korsan saldırıları da getiriyor. Çalınan müşteri bilgileri, kopyalanan kredi kartları, boşaltılan banka hesapları derken ATM'leri ele geçirmek de korsanların hedefleri arasına girdi. Araştırmalar, dünyadaki hemen her ATM'ye bir zararlı yazılımın yardımıyla veya yardımı olmadan yasadışı erişim sağlanıp para çalınabileceğini gösteriyor. Kaspersky Lab uzmanları tarafından yapılan araştırmaya göre, zamana dolmuş ve güvenli olmayan yazılımların yaygın olarak kullanılması, ağ konfigürasyonlarındaki hatalar korsanların ilgisini çekiyor. Aslında ATM'ler yıllardır korsanların gündeminde. Ancak eskiden banka kartlarının manyetik şeritlerinden veri çalmak amacıyla ATM'lere özel cihazlar takılıyordu. Şimdiki tehlike ise daha büyük. 2014'te Kaspersky Lab araştırmacıları, ATM'ler için ilk yaygın zararlı yazılım örneği olan 'Tyupkin'i keşfetmişti. Geçen yıl ise bankanın altyapısını ihlal ederek ATM'lerden para çalma becerisinin yanı sıra başka özelliklere de sahip olan Carbanak çetesi ortaya çıkarıldı. Her iki saldırı da ATM teknolojisinde ve bunu destekleyen altyapılardaki çok sayıda zayıf noktanın kötüye kullanılmasıyla mümkün oldu.

ATM'ye istedikleri talimatı verebiliyorlar

Kaspersky Lab'in araştırmasına göre en önemli sorun, bazı ATM'lerin Windows XP gibi çok eski işletim sistemi sürümleri üzerinde çalışan bilgisayarları kullanması. Bu durum ATM'leri, bilgisayar virüsleri ve açıklardan yararlanma amaçlı saldırılara karşı zayıf kalıyor. Genelde ATM'nin bil-

gisayarının banka altyapısı ve donanım birimleriyle etkileşime girmesini sağlayan, nakit para ve kredi kartı işlemlerini yapan özel yazılım XFS standardını temel alıyor. Bu daha çok, orijinal olarak ATM yazılımını standartlaştırmak için oluşturulmuş eski ve güvenliksiz bir teknoloji spesifikasyonu olduğundan, üreticiden bağımsız olarak herhangi bir ekipman üzerinde çalışabiliyor. Zararlı yazılım ATM'ye bir şekilde bulaşırsa, korsan ATM'nin tüm kontrolünü eline geçirip içindeki tüm parayı alabiliyor. Korsanlar genelde ATM'ye uzaktan erişim olanağı sağlayan özel olarak programlanmış bir mikro bilgisayarı (kara kutu diye de biliniyor) ATM'nin içine yerleştiriyor ve işletim merkezine bağlanıyor. Sahte işletim merkezi, ödeme verilerini işleyen bir yazılım, bankaya ait değil ancak aynı... ATM sahte işletim merkezine bağlandığında, saldırganlar istedikleri komutu verebiliyor. ATM de bu komuta uyuyor.

Kaspersky Lab Penetrasyon Testi Departmanı'ndan güvenlik uzmanı Olga Kochetova, sorunun "çözülemez" olmadığını altını çizerek şu önerilerde bulunuyor: "Öncelikle XFS standardını yenilemek ve cihaz ile yasal yazılım arasında iki faktörlü bir kimlik denetimi uygulamak gerekiyor. Bu, trojanlar kullanarak izinsiz para çeken saldırganların ATM üniteleri üzerinde doğrudan kontrol elde etme imkanı azaltacaktır. Ayrıca, sahte işletim merkezleri üzerinden saldırı olasılığını ortadan kaldırmak için 'denetlenmiş dağıtım' yapılmalı. Tüm donanım birimleri ve ATM'lerin içindeki bilgisayarlar arasında iletilen veriler üzerinde şifre koruması ve bütünlük denetimi uygulanmasını da öneriyoruz." ☹

Haluk
Yum

Türkiye çapındaki 491 işlem merkezi ve 4 bin 800 kiosk ile ayda ortalama 6.5 milyon adet işlem yapan N Kolay, 100 milyonu aşkın faturanın yüzde 10'una talip. N Kolay Genel Müdürü Haluk Yum, "1000 işlem merkezi ve 10 bin işyeri sayısına ulaşarak ülkemizin her noktasında daha yaygın bir hizmet sunmak istiyoruz" diyor...

N Kolay, 5.500 yeni temsilcilik verecek

Türkiye'de 300'ün üzerinde kamu kuruluşu ya da özel şirketin her ay 100 milyon adedin üzerinde faturası tahsil ediliyor. Fatura üretiminde elektrik, su, doğalgaz gibi dağıtım kuruluşları ile telekom firmaları başı çekiyor.

Her ay kurum gişeleri, bankalar, PTT ve ödeme kuruluşları tarafından tahsil edilen bu faturaların bedeli ilgili kurumların hesaplarına aktarılıyor.

6493 sayılı "Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun", fatura tahsilatları açısından yeni bir dönem başlattı. Haziran 2015'ten bu yana, BDDK'ya ödeme şirketi lisansı için başvuru yapmayan şirketlerin fatura tahsilatına aracılık yapması yasak. N Kolay ise bu konuda BDDK'dan lisans alan ilk firmalardan biri oldu.

Türkiye'nin en büyük yatırım bankalarından Aktif Bank'ın

bir iştiraki olarak kurulan N Kolay Ödeme Kuruluşu, şu anda 491 N Kolay İşlem Merkezi ve 4 bin 800 işyeri (kiosk) olmak üzere toplam 5 bin 291 noktayla Türkiye çapında hizmet veriyor. N Kolay Genel Müdürü Haluk Yum, "Ayda ortalama 6.5 milyon adet işlemle Türkiye'nin açık ara en büyük ödeme kuruluşuyuz" diyor.

İsteyene işlem merkezi, isteyene kiosk

N Kolay, girişimcilere "işlem merkezi" ve "işyeri" (kiosk) olmak üzere iki farklı modelle ödeme temsilciliği veriyor. İşlem merkezleri, N Kolay'ın temsilcisi olarak müşterilerine münhasıran fatura tahsilatı, yurtiçi ve yurtdışı para transferi başta olmak üzere ödeme hizmetleri sunuyor.

Bakkal, kuruyemişçi, cep shop, akaryakıt istasyonları gibi işletmelerin tercih ettiği "işyeri" modelinde ise işletmecisi, halihazırda yürüttüğü ticari faaliyetine ek olarak müşterilerine,



N Kolay'ın özel kiosklarıyla fatura tahsilatı, para transferi gibi ödeme hizmetleri veriyor.

N Kolay temsilcileri, tüm işlemleri kurum/banka anlaşmaları kapsamında online olarak yapıyor. Yum, "Birçok finansal hizmeti aynı lokalde veren N Kolay Ödeme Kuruluşu, sağlam bilgi işlem altyapısı, yaygınlığı, haftanın 6 günü uzun çalışma süreleri ve kesintisiz hizmet vermesiyle hem temsilciler hem de müşteriler tarafından en çok tercih edilen ödeme kuruluşu konumunda" diyor.

Hedef: 1000 işlem merkezi, 10 bin işyeri

Peki N Kolay, önümüzdeki dönemde yeni temsilcilikler verecek mi? Yum, "N Kolay olarak kısa vadeli hedefimiz, aylık işlem adedimizi 10 milyonun üzerine çıkarmak suretiyle toplam fatura potansiyelinin yüzde 10'unun tahsilatına aracılık etmek. 1000 işlem merkezi ve 10 bin işyeri (kiosk) sayısına ulaşarak ülkemizin her noktasında daha yaygın bir hizmet sunmak istiyoruz. Özetle, temsilcilerin en çok tercih ettiği, özellikle en fazla sayıda fatura tahsilatının gerçekleştiği ve Türkiye'deki en yaygın hizmet ağına sahip ödeme kuruluşuyuz. Önümüzdeki dönemde de talep ve ihtiyaçlar

doğrultusunda yeni temsilcilikler vermeye devam edeceğiz" diyor.

Yum, neden temsilcilerin en çok tercih ettiği ödeme kuruluşu olduklarını ise şöyle açıklıyor: "Her zaman önceliğimiz temsilcilerin kazancı olmuştur. Temsilciyle ilişkilerimizi oldukça şeffaf ve dürüst bir zeminde oluşturduk ve 'kazan-kazan' modelinden taviz vermedik."

Haluk Yum, N Kolay noktalarına yoğun ilgisinin gereğesini de "Önce bir ihtiyaç yaratıp sonra o ihtiyacı giderecek bir proje yerine, gerçekten vatandaşın önemli bir ihtiyacını karşıladık. Geriye sadece, doğru temsilci adayını seçmek ve sahada doğru konumlanmayı yapmak kaldı. Sektörde 10 yıllık deneyimi olan bir ekiple bunu da çok zorlanmadan başardık" sözleriyle açıklıyor.

Yum, banka iştiraki olmalarının yanı sıra İstanbul'da başlatılan projede, doğru iş ortaklıkları ve fatura üreten kurumlara verdikleri iyi hizmetin de önemli bir referans olduğunu vurguluyor. N Kolay, bu sayede Anadolu'da fatura üreten kurumlarla daha kolay temas kurup, daha hızlı ilerlemiş.

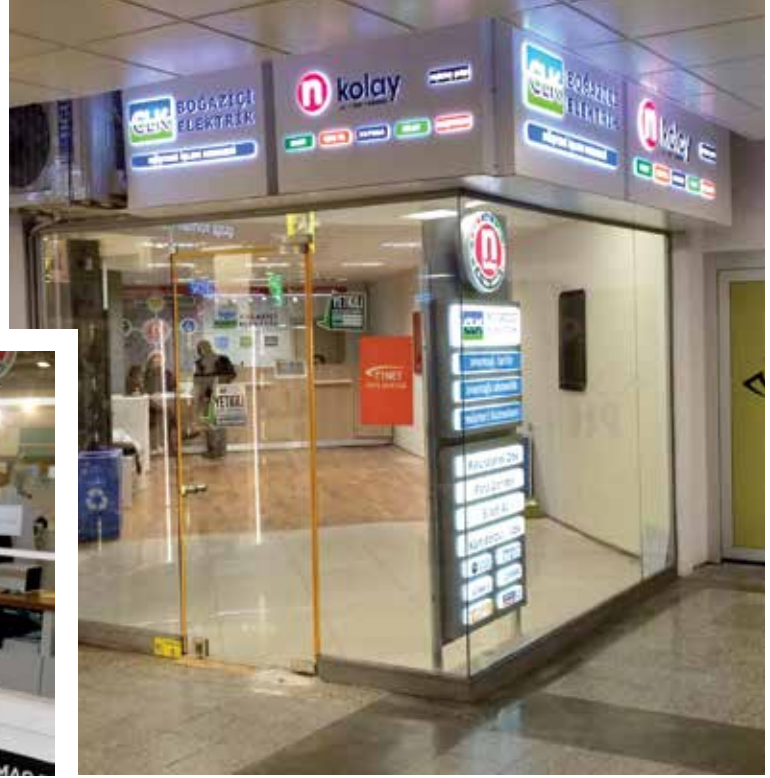
"Maliyetlerimiz arttı, eşit şartlar sağlanmalı"

Haluk Yum'a, ödemelerle ilgili yeni kanunun sektörü, rekabeti nasıl etkilediğini de soruyoruz. Yum'un değerlendirmesi şöyle:

"6493 sayılı yasayla, önemli bir ihtiyacı karşılamak üzere ortaya çıkan, ancak yasal bir zemini olmadığı için geçmişte

N KOLAY TEMSİLCİLİK KOŞULLARI

- N Kolay temsilcisi olmak isteyen girişimciler, haklarında kredibilite ve ödeme performansı araştırması yapıldıktan sonra gerekli kriterleri karşılamaları durumunda ve teminat alınmak suretiyle faaliyete başlatılıyor.
- Temsilci adaylarından herhangi bir franchise bedeli talep edilmiyor. Faaliyet süresince gerçekleştirilen her bir işlem için komisyon paylaşımı yapılıyor.
- Temsilciler tahsilat işlemlerini ön ödemeli olarak yaptığı için günlük tahsilat işlemlerinde kullanmak üzere bir miktar sermayeye sahip olmak durumunda.
- N Kolay İşlem Merkezleri için belirlenmiş standart bir konsept söz konusu. Temsilci adayları, hizmet noktasının tadilat, tabela, banko ve sistem ekipmanı bedellerini kendileri karşılıyor.



birçok vatandaşımızın mağdur olduğu ödeme merkezlerine de önemli yaptırımlar getirildi ve tüketici korunmaya çalışıldı. Yeni kanunla ödeme sistemleri alanında rekabet arttı, tüketicilerin aldığı hizmet kalitesi yükseldi. Önümüzdeki dönemde daha da yükselecektir. Tabii hizmet kalitesinin yanı sıra daha önce sık sık abone mağduriyetlerinin yaşandığı sektör, hızla dönüşecek ve güvenilirliğini sağlayacaktır. Ancak BDDK'dan faaliyet izni almamasına ve herhangi bir başvuruda bulunmamasına rağmen piyasada faaliyet gösteren binlerce işletmenin var olduğunu hepimiz biliyoruz. Yasal düzenlemeyle yeni tanışan sektörün, yasal mercilerin sahada denetime başlaması ve müeyyidelere maruz kalmasıyla bu tür mevzuat dışı aykırılıklardan arındırılacağı tahmin ediyoruz.”

Yum, yeni mevzuatın, ödeme kuruluşlarının doğrudan ya da dolaylı olarak fatura üreten her kurum ve şirketle anlaşmasını şart koştuğuna da dikkat çekiyor: “Türkiye’de 300’ün üzerinde fatura üreten şirket var ve sektördeki daha

önceki kötü örnekler nedeniyle fatura üreten şirketlerin büyük kısmının çekinceleri devam ediyor. Bu noktada hem ödeme kuruluşlarına hem de sektörde oluşacak birliklere büyük görevler düşüyor. Durmadan rakiplerini kötüleyen sektör oyuncuları yerine, birbirleriyle işbirliği yapmasını öğrenen, hızla kurumsallaşan ve daha nitelikli insan kaynağıyla hizmet veren bir sektör olarak bu zorlukların daha kolay üstesinden gelineceğine inanıyoruz.”

Eşit şartlarla rekabet edilebilir bir piyasanın önemini vurgulayan Yum, “Diğer taraftan yeni kanun, gerek IT altyapısı (olağanüstü durum merkezi, güvenliğe ilişkin yeni prosedürler gibi) gerekse şirket organizasyon yapısında önleyici-denetleyici ve yasal mercilere raporlama gibi standartlar getirdi. Doğal olarak bu da maliyetlerimizi artırdı. Zaman içerisinde bu standartların daha da artacağını biliyoruz. Buna karşılık düşük kâr marjları devam edecek. Bu yüzden, sektörde doğal süreci içerisinde ürün çeşitliliğinin zorunlu olacağını düşünüyoruz.”

TEMSİLCİ ADAYI NELERE DİKKAT ETMELİ?

Haluk Yum, temsilci adayları için başarılı olmanın püf noktalarını şöyle anlatıyor:

- Halihazırda aboneler faturasını bir yerden ödüyor. Siz bu işe girdiniz diye aboneler mevcut alışkanlıklarını hemen değiştirip faturalarını sizden ödemeye başlamayacaktır. Bunun için daha kolay ve konforlu hizmet sunmanız gerekir. Kendinizi abone yerine koyup bu sebepleri anlamaya, gerçekten düşündüğünüz mahalde yeni bir tahsilat noktasına ihtiyaç olup olmadığına cevap bulmalısınız.
- Bu sisteme dahil olmak çok büyük maliyetler gerektirmez. Temsilcilik bedeli, franchise bedeli gibi

ödemeler yoktur. Ancak yasal zorunluluklar, N Kolay kurumsal yapısı, fatura üreten kurumlarla olan ilişkisi ve sistemin sağlıklı bir şekilde devamının sağlanması nedenleriyle uyulması gereken kuralları vardır.

- Başvuruda bulunan tüm adaylara bu hususları içtenlikle anlatıyoruz. Yine herhangi bir ödeme kuruluşundan temsilcilik talebinde bulunan tüm müteşebbislere, ilgili ödeme kuruluşunun hangi kurumlarla anlaşması olduğunu sorgulamalarını salık veriyoruz. Adım atmadan, herhangi bir yatırım yapmadan önce bu işin sürdürülebilirliğini araştırmalarını öneriyoruz.

Borsa = Gündem

Kazanmak için

önce siz öğrenin

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



Raporlar, analizler,
uzmanlardan
öneriler

Borsada
flaş gelişmeler,
son dakika
haberleri

Hepsi ve daha fazlası için



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





25 bin TL'lik yatırımla kârlı bir iş fırsatı

Fatura tahsilatı aracılığı konusunda BDDK'dan ilk lisans alan firma olan Faturavizyon, Türkiye genelinde temsilcilikler veriyor. Bölgenizde fatura tahsilatı potansiyelinin yüksek olduğunu düşünüyorsanız, siz de 25 bin TL dekorasyon ve online tahsilat altyapısı bedeli ödeyerek Faturavizyon temsilcisi olabilirsiniz...

Siz de elektrik, su, doğal gaz, telefon faturalarını ödemek için bazen saatlerce sıra beklemek zorunda kalan kuşaktan mısınız? Çok değil 10-15 yıl öncesinden bahsediyoruz... Bankalara verilen otomatik ödeme talimatlarının yanı sıra yaklaşık 10 yıl önce hayatımıza giren fatura ödeme merkezleri sayesinde bu kuyrukları neredeyse tamamen unuttuk.

6493 sayılı "Ödeme ve Menkul Kıymet Muhtabakat Sistemleri, Ödeme hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun" uyarınca, Haziran 2015 itibarıyla fatura ödemeleri açısından yeni bir dönem başladı. Çünkü söz konusu kanun, BDDK lisansı olmayan hiçbir şirketin artık fatura tahsilatına aracılık yapamayacağını öngörüyor. Nitekim BDDK'ya ödeme kuruluşu lisansı için

başvuran fatura ödeme merkezleri lisanslarını almaya başladı. Bunlardan ilki de 2008 yılında Ufuk Bilgetekin tarafından kurulan Faturavizyon oldu...

Faturavizyon Yönetim Kurulu Başkanı Ufuk Bilgetekin, fatura ödeme kuruluşlarının vatanı, özellikle de bankalarla ve yeni nesil ödeme teknolojileriyle tanışmamış insanları büyük bir yükten kurtardığını düşünüyor.

Ancak asıl faydayı, gerek merkezlerinde gişe açma gerekse yer kiralama, ekstra personel çalıştırma gibi maliyetlerden kurtulan fatura üreticisi şirketlerin gördüğü de bir gerçek...

7 bölgede 301 temsilcisi var

Faturavizyon, şu anda Türkiye genelindeki 301 temsilci-

Fatura Vizyon

siyle fatura tahsilatı hizmeti veriyor. Şirketin Marmara Bölgesi'nde 240, Ege Bölgesi'nde 27, Akdeniz Bölgesi'nde 15, İç Anadolu Bölgesi'nde 8, Karadeniz Bölgesi'nde 4, Doğu Anadolu Bölgesi'nde 4, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde de 3 temsilcisi bulunuyor.

Faturavizyon, talep ve ihtiyaçlar doğrultusunda temsilcilik vermeyi sürdürüyor. Bilgetekin, "Franchising sistemiyle çalıştığımız için belli bölgelerde bu ihtiyacı gören müteşebbis sahiplerinin bizlere ulaşması yoluyla yeni temsilcilikler açıyoruz. Bu temsilcilikleri açarken mevcut temsilcilerimize zarar vermemek adına belli bir mesafe içerisinde bu temsilciliklerin açılmasına izin veriyoruz. Türkiye dışında da planlarımız doğrultusunda bazı ülkelerde çalışmalarımız devam ediyor. Netlik kazandığında çalışmalarımıza bu ülkelerde devam edeceğiz" diyor.

Kurulum maliyeti 25 bin TL

Faturavizyon temsilci olmak isteyen kişi, belirlemiş olduğu lokali şirkete bildiriyor. Faturavizyon da belirtilen bu yerle ilgili ekspertiz çalışmasını yapıp yerin uygunluğunu kontrol ediyor. Yerle ilgili olumsuz bir durum yoksa şirketin mimarları ilgili yerin çalışmalarını yapmaya başlıyor. Ölçüleri alınan yerle ilgili mobilya dekorasyonu, bilgisayar sistemleriyle ilgili tüm iç dizayn Faturavizyon mimarlarıyla ortaklaşa yapılıyor. Bilgetekin, dekorasyon ve tüm malzemelerin 25 bin TL karşılığında temsilcilere sağlandığını söylüyor.

Teminat ya da gayrimenkul ipoteği istiyor

Faturavizyon, franchising bedeli, reklam-tanıtım katkı payı gibi herhangi bir ekstra bedel talep etmiyor. Bilgetekin, "Sadece Faturavizyon markasının değerini korumak adına temsilcilerimizden 30 bin TL banka teminatı veya 60 bin TL gayrimenkul ipoteği alıyoruz. Temsilciliklerini sonlandırmak isteyen kadar bu teminatlar bizim uhde-mizde saklı kalıyor. Temsilciliklerini sonlandırmaya karar verdikleri anda, Faturavizyon'un marka adını zedeleyici bir durumun olup olmadığı kontrol edildikten sonra teminatları temsilcilerimize veriyoruz" diyor.

"Henüz lisansın faydasını göremedik"

Ufuk Bilgetekin yeni kanunu, fatura ödeme işlemini "merdiven altı" yapan firmaların önüne geçmek için bir sigorta olarak görüyor. Ancak Bilgetekin, bu merdiven altı firmaların kanun çıktı diye birden bire dükkanı kapatıp gideceğini düşünmüyor: "Maalesef bu biraz zaman alacak. Önümüzdeki süreçte kayıtlı olmayan hiçbir fatura ödeme firmasının kalmayacağı kanısındayız. Bu işi yapan herkes kayıt altına alınacağı için bu kanunun getirmiş olduğu yükümlülükleri yerine getirmeyen hiçbir firmanın sektörde olmayacağını düşünüyoruz."



6493 sayılı kanun doğrultusunda BDDK lisansı alabilmek için bazı yükümlülükleri yerine getirmeleri gerektiğini hatırlatan Bilgetekin, bunun pazardaki rekabete olası yansımalarını ise şöyle değerlendiriyor:

"Faturavizyon olarak fatura ödemesine aracılık eden kuruluşlar arasında BDDK lisansı almaya hak kazanan ilk firmayız. Açıkçası sektör yeni olduğu için lisansın almanın bir ayrıcalığı henüz net olarak görmedik. Müşteri açısından bakıldığında da şimdilik bu ayrıcalık net olarak görülüyor. Şöyle ki, müşteri bu kanun çıkmadan önceden de faturasını ödeyebiliyordu, şimdi de ödeyebiliyor. Bunun ayrıcalığı görebilmemiz için sokak aralarında, merdiven altlarında fatura ödeme işi yapan firmaların bu sektörden çıkmasıyla, sadece BDDK'dan lisans alan firmaların kalması halinde müşteriler her yerde fatura ödemeyeceğini anlayacağı için hem müşterilerin şirkete karşı güvenleri artacak hem de firma olarak bu sonuçtan olumlu etkilenmiş olacağız."

FATURAVİZYON TEMSİLCİSİ OLABİLMEK İÇİN...

- Faturavizyon temsilci olmak isteyen kişi belirlemiş olduğu lokasyonu, şirkete bildiriyor. Faturavizyon yetkilileri, belirtilen bu yerle ilgili ekspertiz çalışmasını yapıp yerin uygunluğunu kontrol ediyor.
- Yerle ilgili olumsuz bir durum yoksa şirketin mimarları ilgili yerin çalışmalarını yapmaya başlıyor. Ölçüleri alınan yerle ilgili mobilya dekorasyonu, bilgisayar sistemleriyle

ilgili tüm iç dizayn Faturavizyon mimarlarıyla ortaklaşa yapılıyor. Bu işlemlerin maliyeti 25 bin TL tutuyor.

- Faturavizyon, franchising bedeli, reklam-tanıtım katkı payı gibi herhangi bir ekstra bedel talep etmiyor. Sadece Faturavizyon markasının değerini korumak adına temsilcilerden 30 bin TL banka teminatı veya 60 bin TL gayrimenkul ipoteği alınıyor.

Su, elektrik, doğalgaz, telefon faturalarının yanı sıra SSK ve Bağ-Kur primlerini, MTV ve trafik cezalarını, kredi kartı borçlarını tahsil edebilen, EFT ve havale gibi işlemlere aracılık yapabilen FÖY, gözünü üçüncü kademe lisansa dikti...



Metin Kocaman

FÖY'ün yeni hedefi e-para ve uluslararası para transferi

2007 yılında İstanbul Gaziosmanpaşa'da kurulan FÖY (Fatura Ödeme Yeri), Türkiye'nin ilk fatura ödeme merkezlerinden biri konumunda. 2014 yılından itibaren "FÖY Fatura Ödeme Kuruluşu A.Ş." unvanıyla faaliyetlerini sürdüren şirket, 6493 sayılı ödeme hizmetleri kanunu kapsamında BDDK'dan ödeme kuruluşu lisansını aldıktan sonra yeni bir büyüme hamlesi başlattı. Bir yandan teknolojik alt yapısını güçlendiren şirket, bir yandan da yeni temsilcilikler vermek üzere kolları sıvadı. FÖY'ün kurucuları arasında yer alan ve halen Genel Müdür Yardımcısı olarak görev yapan Metin Kocaman, ödeme aracılığı için BDDK'dan ikinci kademe lisans alan birkaç şirketten biri olduklarını vurguluyor. Bu lisans sayesinde FÖY; klasik su, elektrik, doğalgaz, telefon faturalarının yanı sıra SSK ve Bağ-Kur primleri, trafik cezaları ile motorlu

taşıtlar vergisi ödemeleri; kredi kartı ödemeleri, EFT ve havale gibi işlemler için de aracılık yapabiliyor. FÖY'ün İstanbul'un her ilçesinde temsilcileri bulunuyor. Ayrıca Türkiye genelinde 42 il ve birçok ilçede temsilcileriyle tahsilat hizmeti veriyor. Kocaman, İstanbul dışında üç büyükşehirde bölge müdürlüğü mahiyetinde idari ofisler açarak yaygınlaşmak için gerekli yatırımı yaptıklarını söylüyor.

Temsilcisine komisyon avantajı sunuyor

Metin Kocaman, FÖY'ün temsilci adaylarına diğer ödeme kuruluşlarından daha esnek ve daha cazip teklifler sunarak eşdeğer hizmeti sağladığını belirtiyor. "Temel şartlarımız mevzuat kapsamında belirlendiği için standart" diyen Kocaman, ücret politikasında ise olumlu açıdan bir adım öne çıktıklarını düşü-



nüyor. Bu noktada, sektörden aldığımız bilgiler doğrultusunda, tahsilat aracılığında fatura başına müşteriden 1 ile 1.25 TL arasında işlem bedeli alındığını belirtelim. Bu bedelin 65-70 kuruşu temsilciye kazanç olarak kalıyor. Kalan kısım ise fatura ödeme kuruluşu ile anlaşmalı olduğu banka arasında paylaşılıyor.

FÖY'ün pazarlama birimi, temsilcilik verirken stratejik ve standart saha çalışmalarıyla hedef kitleye ulaşıyor. Kocaman, ayrıca dijital ortamda sosyal medya ve web sitesi aracılığıyla temsilci adaylarına seslendiklerini anlatıyor.

FÖY yöneticileri, temsilcilik başvurusunda bulunan tüzel veya gerçek kişilerle ilgili gerekli ticari ve şahsi incelemeleri yaptıktan sonra sözleşme imzalanıyor. Kocaman, FÖY olarak isim hakkı bedeli, reklam katkı payı, yazılım, makbuz vb için hiçbir bedel talep etmediklerini söylüyor. "Sadece yeni bir işyeri kurulmak istenirse yeri ve büyüklüğüne göre 10 ila 30 bin TL arasında değişen bir kurulum maliyeti gerekiyor" diyor.

"İkinci kademeden avantajını yaşayacağız"

Ödeme hizmetlerinin canlı bir yapı olduğunu belirten Metin Kocaman, 6493 sayılı yasa ve BDDK lisanslama sürecinin sektöre etkilerini şöyle değerlendiriyor:

"Yaşayan ve işleyen her yapıda yaptığımız her değişiklik; küçük veya büyük hiç fark etmez, ister istemez tüm organları etkiler. Başta kuruluşumuz FÖY Fatura Ödeme Yeri olmak üzere temsilcilerimiz ve müşterilerimiz de bu değişiklikten olumlu etkilendi. Çünkü yeni mevzuat, ödeme kuruluşlarını iki kademeye böldü. Birinci kademe lisans, sadece fatura ödemelerine aracılık edilmesini kapsıyor. Ki bu kademedeki ödeme kuruluşları sadece elektrik, su, doğalgaz gibi fatura ödemelerine aracılık edebiliyor. İkinci kademedeki FÖY Fatura Ödeme Yeri gibi şirketlerse fatura ödemelerinin yanı sıra SSK, Bağ-Kur, trafik ceza-

rı, motorlu taşıtlar vergisi, kredi kartı ödemeleri, EFT ve havale (para transferi) gibi işlemleri de yetkileri dâhilinde yapabiliyor. Bu da bizleri temsilci olmak isteyenler açısından tercih sebebi kılıyor."

Bu noktada, FÖY dışında BDDK'dan ikinci kademe lisans alan diğer fatura şirketlerinin Faturamatik, Faturavizyon ve N Kolay olduğunu belirtelim. 26 Aralık 2015 tarihinde yürürlüğe giren yönetmelik değişikliği gereği, birinci kademe lisansı olan şirketler, fatura dışındaki ödemelere aracılık yapamıyor.

Birinci kademe lisansı alabilmek için 1 milyon, ikinci kademe içinse 3 milyon TL sermaye koşulu aranıyor. Kocaman, önümüzdeki dönemde 5 milyon TL sermaye koşulunu sağlayıp üçüncü kademe lisansı da alabileceklerini söylüyor. Bu gerçekleştiği takdirde FÖY, uluslararası para transferine aracılık yapıp, elektronik para da ihraç edebilecek.

"Kaçak ödeme merkezleri reklam bile yapabiliyor!"

Metin Kocaman, yeni mevzuatla gelen bu avantajlara karşı "kaçak ödeme merkezleri"ni hatırlatmadan geçemiyor: "Lisansı olmayan bazı tüzel ve gerçek kişiler, kanunu bilmelerine rağmen 'Yakalanırsam en fazla uyarılır, ben de ondan sonra yapmam' deyip fatura tahsilatına devam ediyor. Hatta fiziki ve sanal (web) ortamlarda reklam yapmaya, yaptıkları kaçak işi pazarlamaya devam ediyorlar. Denetim mekanizması, mevzuatta belirtilen maddi-manevi yaptırımları uygulamaya geçirmedikçe bu durum süreceği gibi görünüyor. BDDK ne zaman saha denetimlerine başlar ve kaçak ödeme merkezlerinin düşündüğü gibi bir tavır sergilemezse sektörde dengeler kısa sürede yerine oturur, vatandaşlarımız da gönül rahatlığıyla işlemlerini yapmaya devam eder." ⊖

"DİKKAT! MÜNHASIRLIK SİSTEMİ 10 YIL ÖNCESİNE DÖNDÜREBİLİR"

Kocaman, yeni ödeme mevzuatını olumlu bulmakla birlikte sektörde adil rekabet açısından önemli bir değişiklik yapılması gerektiğini düşünüyor. Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) kurumların abone sayıları raporuna göre, Türkiye'de aylık 150 milyon adet fatura üretildiğini belirten Kocaman, bazı sorunlar yüzünden pazarın büyüklüğü ve potansiyelinin belirli ödeme kuruluşları dışında bir anlam ifade etmediğini düşünüyor. Bu düşüncesinin gerekçesini de şöyle açıklıyor: "Aylık üretilen fatura adedi, ödeme kuruluşları için yüksek bir potansiyel anlamına gelebilir. Ancak birkaç önemli düğüm çözülmediği takdirde kuruluşlar arasında bu potansiyelin dağılımı sistemsel yeterlilik ya da pazarlama başarısının haricindeki faktörlerle belirleniyor olacak. Fatura üreten bazı kurumların tahsilatlarındaki münhasır yetkilendirme



sebebiyle rekabet başlamadan bitiyor. Sektörde rekabetin oluşturulması ve başlayabilmesi için ilgili otoritelerin müdahale etmesini bekliyoruz. Şu anda belirli bölgelerdeki fatura üreten kurumlar, tek bir kuruluşu münhasır (tek yetkili) olarak yetkilendirirken, diğer ödeme kuruluşlarının tahsilat yapmasını imkansızlaştırıyor. Örneğin, İstanbul Avrupa yakası elektrik faturalarında bu sorunla karşı karşıyayız. Aslında yetkili (münhasır) kuruluş, bu hakkı bir ihaleyle elde ediyor ama sonuç itibarıyla diğer ödeme kuruluşları için bu durum sorun haline alıyor. Bu konuda önlem alınmazsa 10 yıl öncesi gibi fatura kuyruklarıyla yeniden karşılaşabiliriz. Bir diğer önemli sorun da kurumların, anlaşmalı olduğumuz bankaya verdiği yetkiyi faaliyet izni almış ödeme kuruluşu için kısıtlaması ve kısıtlamanın kalkması için teminat talep etmesi.

MASAK mevzuatındaki değişiklikler ödeme hizmetlerini nasıl etkileyecek?

Av. Kortan Toygar



YTT Hukuk Bürosu

Av. Çağrı Coşar

Ödeme hizmetleri sektörü, geçen nisan ayı boyunca Mali Suçları Araştırma Kurulu (MASAK) mevzuatındaki değişiklikleri tartıştı. Bu değişikliklere ve sektöre olası etkilerine geçmeden önce isterseniz MASAK hakkında kısa bir bilgi verelim...

MASAK, suç gelirlerinin aklanmasının önlenmesi amacıyla 17 Şubat 1997 tarihinde, 4208 sayılı “Kara Paranın Aklanmasının Önlenmesine Dair Kanun” doğrultusunda kuruldu. Maliye Bakanlığı’na bağlı olarak faaliyet gösteren MASAK; politika belirleme, mevzuat geliştirme, veri toplama, analiz, değerlendirme, denetim, koordinasyon, inceleme gibi faaliyetler icra ediyor.

Suç gelirlerinin aklanması ve terörün finansmanının önlenmesine ilişkin MASAK mevzuatında yapılan değişikliklerle birlikte, 6493 sayılı kanuna tabi ödeme ve elektronik para kuruluşları da yükümlüler arasına eklendi.

Bu noktada, 6493 sayılı kanuna tabi kuruluşların, bu değişiklikler öncesinde, 5549 sayılı “Suç Gelirlerinin Aklanmasının Önlenmesi Hakkında Kanun” ve ilgili alt düzenlemelere uyum konusunda sorumlulukları olduğunu belirtelim. Ancak 6493 sayılı kanun ve ilgili

mevzuatta, 5549 sayılı kanun ve alt düzenlemelerine atıflar yapılsa da ödeme ve elektronik para kuruluşlarının, 5549 sayılı kanun kapsamında yükümlü sayılmamaları, bugüne kadar MASAK’ın bu kuruluşlara yönelik bir yaptırım uygulamasını mümkün kılmıyordu. Yeni değişikliklerle birlikte MASAK, ödeme ve elektronik para kuruluşlarına da yaptırım uygulama hakkını yasal olarak elde etmiş oldu.

MASAK’ın denetim konusunda kanundan gelen yetkileri olduğundan, söz konusu değişiklikler ödeme hizmetleri sektörü bakımından oldukça önem arz ediyor. İlgili kuruluşların yükümlülüklerini gereği gibi yerine getirme konusunda oldukça hassas davranmaları gerekiyor.

MASAK mevzuatındaki değişikliklerle birlikte ödeme kuruluşları ve elektronik para kuruluşları açısından şu üç konu özellikle öne çıkıyor: Kimlik doğrulama, şüpheli işlem ve uyum görevlisi atanması...

Kimlik doğrulama

Kimlik doğrulama yükümlülüğü, yapılacak işlemin niteliğine (tutarına bakılmaksızın) ve tutarına göre ortaya çıkıyor. Tutarına bakılmaksızın kimlik doğrulamanın zorunlu oldu-





Suç gelirlerinin aklanması ve terörün finansmanının önlenmesine ilişkin MASAK mevzuatında yapılan değişikliklerle birlikte, 6493 sayılı kanuna tabi ödeme ve elektronik para kuruluşları da yükümlüler arasına eklendi... MASAK mevzuatındaki değişikliklerle birlikte ödeme kuruluşları ve elektronik para kuruluşları açısından şu üç konu özellikle öne çıkıyor: Kimlik doğrulama, şüpheli işlem ve uyum görevlisi atanması...

ğu haller şunlar:

- i) Sürekli, periyodik ilişki kurulması: Fatura tahsilatına ilişkin ödeme hizmetleri tek seferlik ödeme işlemi olarak değerlendiriliyor. Bu kapsamda, nitelik bakımından kimlik doğrulamaya tabi olmadığı görüşü ortaya çıkıyor. Ancak tutar bakımından 20 bin TL'yi geçmesi durumu saklı tutuluyor.
- ii) Şüpheli işlem bildirimini gerektiren durumlar
- iii) Önceden alınan bilgilerin yetersiz olduğunun anlaşılması

Tutara göre kimlik doğrulamanın zorunlu olduğu haller:

- i) İşlem tutarı ya da birbiriyle bağlantılı birden fazla işlemin toplam tutarının 20 bin TL ve üzerinde olması
- ii) Elektronik transferlerde işlem tutarının ya da birbiriyle bağlantılı birden fazla işlemin toplam tutarının 2 bin TL ve üzerinde olması

Diğer yandan, "Suç Gelirlerinin Aklanmamasının ve Terörün Finansmanının Önlenmesine Dair Tedbirler Hakkında Yönetmelik" in 6'ncı maddesine göre, gerçek kişilerin kimlik tespitinde; ilgilinin adı, soyadı, doğum yeri ve tarihi, uyruğu, kimlik belgesinin türü ve numarası, adresi ve imza örneği, varsa telefon numarası, faks numarası, elektronik posta adresi, iş ve mesleğine ilişkin bilgiler ile Türk vatandaşları için bu bilgilere ilave olarak anne, baba adı ve TC kimlik numarası alınmak suretiyle yapılmak zorunda.

Tüzel kişiler bakımından ise yönetmeliğin 7'nci maddesine göre, tüzel kişinin unvanı, ticaret sicil numarası, vergi kimlik numarası, faaliyet konusu, açık adresi, telefon numarası, varsa faks numarası ve elektronik posta adresi ile tüzel kişiliği temsile yetkili kişinin adı, soyadı, doğum yeri ve tarihi, uyruğu, kimlik belgesinin türü ve numarasına ilişkin bilgiler ve imza örneği ile Türk vatandaşları için bu bilgilere ilave olarak anne, baba adı ve TC kimlik numarası alınmak zorunda. Tüzel kişiyi temsile yetkili kişilerin kimlik bilgilerinin doğruluğu da 6'ncı maddede belirtilen kimlik belgeleri; temsil yetkileri ise tescile dair belgeler üzerinden teyit edilmek durumunda.

Yetkililerce istenildiğinde sunulmak üzere, teyide esas belgelerin asıllarının veya noterce onaylanmış suretlerinin ibrazı sonrası okunabilir kopyası veya elektronik görüntü-

sünün alınması veya kimliğe ilişkin bilgilerin kaydedilmesi gerekiyor.

Şüpheli işlem

Yönetmeliğin 27'nci maddesinde şüpheli işlem, "yükümlüler nezdinde veya bunlar aracılığıyla yapılan veya yapılmaya teşebbüs edilen işleme konu malvarlığının; yasa dışı yollardan elde edildiğine veya yasa dışı amaçlarla kullanıldığına, bu kapsamda terörist eylemler için ya da terör örgütleri, teröristler veya terörü finanse edenler tarafından kullanıldığına veya bunlarla ilgili ya da bağlantılı olduğuna dair herhangi bir bilgi, şüphe veya şüpheli gerektirecek bir hususun bulunması hali" olarak tanımlanıyor. Şüpheli işlemler yükümlüler tarafından tutar gözetilmeksizin MASAK'a bildirilmek zorunda.

Bildirim usulüyle ilgili, kuruluşun karşılaştığı ve şüpheli olabilecek işlemlere dair araştırma sonrası elde edilen bilgi ve bulgular "Şüpheli İşlem Bildirim Formu" doldurularak, işleme ilişkin şüphenin oluştuğu tarihten en geç 10 iş günü içinde MASAK'a iletilmek zorunda. Şüpheli İşlem Bildirim Formu doldurulduktan sonra elden, posta veya faks yoluyla gönderilebiliyor. Faksyla gönderildiği takdirde, asıllarının postayla ayrıca gönderilmesi gerekiyor.

Uyum görevlisi atanması

Şüpheli işlem bildirimini yapacak kişi "uyum görevlisi" olarak adlandırılıyor.

Yönetmeliğin 29'uncu maddesi uyarınca, ödeme kuruluşları ve elektronik para kuruluşları münhasıran uyum görevlisi atamak zorunda olan yükümlüler arasına alındı.

Hali hazırda faaliyet izni alan ödeme kuruluşları ve elektronik para kuruluşları ile portföy yönetim şirketleri ve kargo şirketlerinin söz konusu yönetmeliğin 30'uncu maddesinde yazılı şartlara haiz uyum görevlisini 31 Mart 2016 tarihine kadar atamaları gerekiyordu.

Görüldüğü gibi, yapılan değişiklikler ödeme hizmetleri sektöründe faaliyet gösteren kuruluşlar bakımından önemli yükümlülükler getiriyor. Önümüzdeki dönemde MASAK mevzuatına uyum ve yükümlülükleri yerine getirme konusundaki gelişmeleri hep birlikte izleyip göreceğiz. ☺





Mobilin sokağa inme zamanı geldi!

E-ticaretteki payı giderek artan mobil cüzdanların QR kod, NFC gibi fonksiyonları yüz yüze alışveriş için henüz beklediği ilgiyi bulabilmiş değil. Ancak Apple Pay, Samsung Pay, Google Pay gibi global adımların bu süreci hızlandıracağına kesin gözüyle bakılıyor. İşte mağazalarda, kafe-restoranlarda klasik ödeme yöntemlerinin tahtını tehdit etmeye başlayan sıra dışı birkaç örnek...

ESİN GEDİK

Türkiye, finansal teknolojiler açısından birçok gelişmiş ülkeyi bile geride bırakacak sağlam bir altyapıya sahip. Bu sayede, özellikle ödeme sistemleri alanında dünya çapında yenilikçi ürün ve hizmetler geliştirebiliyoruz. Banka ve kredi kartı kullanımı, sayıları hızla artan alternatif ödeme yöntemleri, bir süre sonra Avrupa ve ABD rakamları yakalaması beklenen mobil ticaret büyümesi gibi birçok alanda örnek gösteriliyoruz.

Gelişmiş ekonomilerin üretip geliştirdiği yeni teknolojilerin yanı sıra yurtiçinde de bu alanda çok sayıda yeniliğe tanık oluyoruz. Ön ödemeli kartlar, sadakat uygulamaları ve sayıları gittikçe artan mobil cüzdanlar giderek daha fazla hayatımıza girmeye başlıyor.. Özellikle geçen yıl başlayan yeni lisanslama süreciyle ödeme sistemlerinin çok daha hızlı büyümesi, yeni şirketlerin piyasaya girmesi, ürün ve hizmet yelpazesinin genişlemesi bekleniyor. Ödemeler sektörünün özellikle e-ticaret dünya-

sında imza attığı başarıların yüz yüze yani fiziki alışverişte ne kadar etkin olduğunu araştırıp, yenilikçi uygulamaları kullanan örnekleri sizlerle paylaşmak istedik...

Ancak özellikle yakın çevremde yaptığım küçük çaplı saha araştırmasımın sonuçlarının bende büyük bir hayal kırıklığı yaşattığını belirtmek istiyorum. Bırakın yerel zincirleri, çokuluslu birçok marka bile mağazalarında hala klasik ödeme yöntemlerini tercih ediyor. Yani yine kasaya gidip sıra bekliyor, beğendiğimiz ürünün başka bedeni ya da rengi olup olmadığı öğrenmek için telefon trafiği yaşıyor, fatura için isim söylüyor, imza atılmasını, kaşe basılmasını bekliyoruz. Hatta çoğumuz market kasalarında uzayan kuyrukları, mağazalarda ellerinde onlarca kıyafetle bekleyenleri görünce alışverişi bırakıp “Başka zaman gelirim” demeyi tercih ediyoruz... Öte yandan, kartlı ödemelerde chip & PIN uygulamasına yeni yeni geçen ABD, mobil ödemelerde ise oldukça hızlı çıktı. Özellikle Apple Pay, Samsung Pay, Google Pay gibi ödeme alternatifleri, dev şirketlerin kendileri için çıkardığı özel kartlar ve uygulamalar fiziki alışverişte çok yaygın olarak kullanılıyor. İsterseniz bunu bir örnekle somutlaştıralım: Amerika'daki McDonald's restoranlarında giyilebilir teknolojilerle, mobil cüzdanlarla ödeme yapabiliyorsunuz. Yine Avrupa'daki McDonald's restoranlarında da kasaya gitmeden, kiosklar üzerinden hem siparişi verip hem de ödemenizi istediğiniz şekilde yapabiliyorsunuz. Türkiye'de ise nedense bu sistemi kullanmıyorlar. Yine de sizlerle paylaşabileceğimiz örnekler yok değil. Umarız perakende sektörü, müşterileri için bu yeni teknolojileri bir an önce kullanmaya başlar...

BURGER KING **Apple Watch ile sipariş dönemi başladı**

Burger King, Türkiye'de Apple Watch uygulamasını kullanan ilk zincirlerden biri oldu. Burger King müşterileri, 2015 yılının ilk yarısında yenilenen iPhone ve Android uygulamalarının ardından, şimdi de Apple Watch ile sipariş verebiliyor. Apple Watch kullanıcıları, uygulamaya girerek 5 adımda siparişlerini tamamlayabiliyor. Birinci aşamada iPhone'larına indirdikleri Burger King uygulaması üzerinden sipariş vermek istedikleri lezzetleri Watch listesine kaydediyorlar. İkinci aşamada Apple Watch'larında Burger King uygulamasını açıyor ve listelerindeki ürünü belirliyorlar. Diğer aşamalarda ise sistemde kayıtlı olan



adreslerini seçip, siparişi nasıl ödemek istediklerine karar vererek siparişlerini tamamlıyorlar.

BERNARDO **Ödeme için kasaya gitmeye gerek yok**

Temelleri 1984 yılında Nurettin ve Ömer Sözen tarafından İstanbul Bağdat Caddesi'ndeki bir züccaciye mağazasında atılan Bernardo, son yıllarda AVM ve cadde mağazalarıyla hızla büyüyor. Son 6 ayda attığı adımlarla 30 ilde 106 mağazaya ulaşan Bernardo, 2015 yılı itibarıyla teknolojik altyapısını yenileme çalışmalarını başlattı. Bu süreçte küresel ödeme sistemleri şirketi Ingenico ile çalışmaya başlayan şirket, mağaza içerisinde reyonda hızlı satışta kullanılacak barkod okuyucu özelliği olan POS'ları kullanmaya başladı. Bernardo müşterileri, artık mağaza içinde ödemeleri kasaya gitmeden müşteri temsilcisiyle yapabiliyor. ▶





CAFFÈ NERO Damgalı kartlar cebe girdi

Caffè Nero, 2012'de sadakat programını dijitalle taşıyarak damgalı Nero kartlarını kasa sistemleri ile uyumlu bir mobil uygulamaya dönüştürmüştü. Yapılan güncelleme ile uygulamanın iOS versiyonu artık mobil ödeme de kabul etmeye başladı. Uygulamayı kullanmak için öncelikle bir kredi kartı tanımlanması gerekiyor. Kasada siparişlerle birlikte oluşturulan QR kod uygulamaya okutuluyor ve ödeme işlemi kayıtlı kartla gerçekleşiyor. Şimdiye kadar 50 bin kez indirilen uygulamanın 30 bin civarında aktif kullanıcısı var. Caffè Nero, uygulamanın kullanımını yaygınlaştırmak ve mobil ödemeyi teşvik etmek amacıyla kampanyalar da düzenliyor. Müşterilerin yoğun saatleri analiz edilerek, bu verilere göre kişiye özel promosyonlar, hediye damga ve kahve gönderim-



leri de oluyor. Uygulamayı yaygınlaştıran özelliklerden birisi de damga paylaşımı. Her içtiğiniz kahveden kazandığımız damgaları, arkadaşlarınızda istediğiniz sayıda paylaşabiliyorsunuz. Bu hizmetin yanı sıra Caffè Nero'larda QR kod okutarak alışveriş yapmak ve çok sayıda mobil cüzdanı kullanmak da mümkün.



VAKKO BKM Express ile kasayı kaldırdı

Perakende sektörü için örnek olacak bir çalışmaya geçen yıl BKM Express ile Vakko imza attı. Türkiye'de ilk kez Vakko'da uygulanmaya başlayan bu mağaza içi mobil ödeme sistemiyle, tüketiciler ödemelerini kasaya gitmeden, mağaza içinde diledikleri bir noktadan yapabiliyor. Vakko CEO'su Jaklin Güner, "Vakko olarak, 75 yıldır olduğu gibi, sektöre yön vermekten ve bir ilki gerçekleştirmekten dolayı çok mutluyuz. Bugüne kadar hayata geçirdiğimiz tüm yeniliklerin merkezinde müşterilerimiz ve onlara yaşattığımız

Ziraat Bankası'nda bir gecede 11 genel müdür yardımcısı değişti

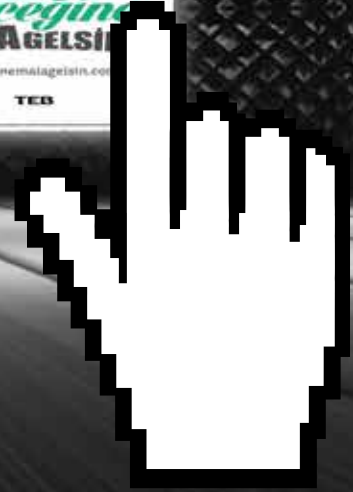
Kim nereye transfer oldu?

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

Sektörle ilgili son gelişmeler

TRT Genel Müdürlüğü'ne talip olan bankacı kim?

Hepsi ve daha fazlası için
www.finansgundem.com



FINANS SEKTÖRÜNÜN
İNTERNETTEKİ BULUŞMA ADRESİ



alışveriş deneyimi ön plandaydı. Bu yeniliğimizin de merkezinde yine müşterilerimiz var. Teknolojinin günlük hayata bu denli entegre olmasıyla birlikte, iş yapış biçimlerinden tüketim tercihlerine kadar birçok alanda farklılaşma yaşandı. "Tüketiciler artık daha fazla hız, esneklik ve konfor arar hale geldi" diyor.

BİTAKSİ

Taksiyi saatinle çağır!

Uygulama içi ödeme sektörünün en iyi örneklerinden biri olan Bitaksi, yenilikleriyle dikkat çekiyor. MasterPass'in Apple Watch üzerinden ödeme yapmasını sağlayan çözümünü BiTaksi de kullanmaya başladı. BiTaksi'nin akıllı telefon uygulamasındaki tüm fonksiyonları saate taşıyan uygulama, yolcuların akıllı saatleri üzerinden taksi çağırabilmesini ve taksinin gelişini gerçek zamanlı olarak saatleri üzerinden görebilmesini sağlıyor. Bugüne kadar ödemeler için nakit, kredi kartı, PayPal ya da BKM Express seçeneklerini sunan BiTaksi, Apple Watch uygulamasına MasterPass seçeneği de eklemiş oldu.

MACROCENTER

Akıllı kavanozlarla sipariş ver

Aslında Macro Center'ın bu uygulaması sadece online çalışıyor. Yani mağaza içinde kullanılmıyor. Ancak çok yaratıcı bulduğumuz için sizlerle paylaşmak istedik. MacroCenter'ın "akıllı kavanoz" adını verdiği bu hizmet sayesinde kolayca evinizde biten ürünlerin siparişini verebiliyorsunuz. Sistem kısaca şöyle çalışıyor: Öncelikle market zincirinin internet sitesindeki "akıllı kavanoz" etiketlerini indirip yazdırıyor, sonra da ilgili kavanozların üzerine yapıştırıyoruz. Kavanozlardaki kahve, şeker, çay, baharat gibi ürünler bittiğinde etiketin üzerindeki QR kodu okutup MacroOnline'a sipariş veriyorsunuz.

MEKANİST/OLIVIA'S PIZZA

İster beacon ister QR kodla öde

BKM'nin öncülük ettiği bir diğer mağaza içi alternatif ödeme yöntemini Olivia's Pizza zinciri de kullanıyor. BKM Express servisine üye olup Mekanist uygulamasını akıllı telefonuna yükleyen herkes, bu mobil ödeme yöntemini kullanabiliyor. Olivia's Pizzeria'da siparişlerin ödemesi iBeacon ya da QR kod kullanılarak yapılabiliyor.

CINEMAXIMUM

Parakod ile sinema bileti

QR kod, NFC, beacon gibi teknolojilerin desteğiyle yüz yüze mobil ödeme uygulamaları giderek daha fazla bankanın ilgisini çekiyor. Nitekim Parakod da 2012 yılında İşCep bünyesinde, cep telefonlarıyla hem internet üzerinden hiçbir kart bilgisi girilmeden hem de mağazalarda kredi kartına gerek duyulmadan istenilen ürün veya hizmetin QR kod teknolojisiyle satın alınmasına imkân tanıyan uygulama olarak başladı. 8 Mayıs 2015'ten bu yana İşCep haricinde, bağımsız bir uygulama olarak da çalışan Parakod'un, şu anda müşterilerin kullanımına açık iOS veya Android versiyonları bulunuyor. Uygulama, sanal POS ve fiziki POS cihazları üzerinden karekod okutarak ödemenin yanı sıra anlaşmalı üye işyerlerinin gazete, dergi, billboard gibi ilan mecralarında, broşür ve afişlerinde yer alan ürünlere ait karekodu okutarak alışveriş yapma imkânı da sunuyor. Parakod'a, İş Bankası kredi ve banka kartlarının yanı sıra diğer bankaların kredi kartları da tanımlanabiliyor.

Parakod uygulamasına eklenen yeni özellik sayesinde sinemaseverler, cep telefonlarından istedikleri anda sinema bileti alabiliyor. Cinemaximum zincirinde geçerli olan bu uygulamanın, cep telefonundan film afişi okutularak, sinema salonu ve seans seçimi yapılarak online sinema bileti alma imkânı sağlaması Türkiye'de bir "ilk" özelliği taşıyor. ☹



ÖDEME SİSTEMLERİ SEKTÖRÜNÜN RAKİPSİZ DERGİSİ

Sektörün tüm temsilcilerini
kapsayan zengin içerik

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

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

Abone Formu

PSM
PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE



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

Adı Soyadı:

Adres ve Fatura Bilgileri:

Posta Kodu:

Şehir:

Tel:

Faks:

Ödeme Bilgileri

Yıllık abonelik bedeli olan 84 TL'yi
Medya Gündem Digital Yayıncılık Ticaret A.Ş.'nin

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

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

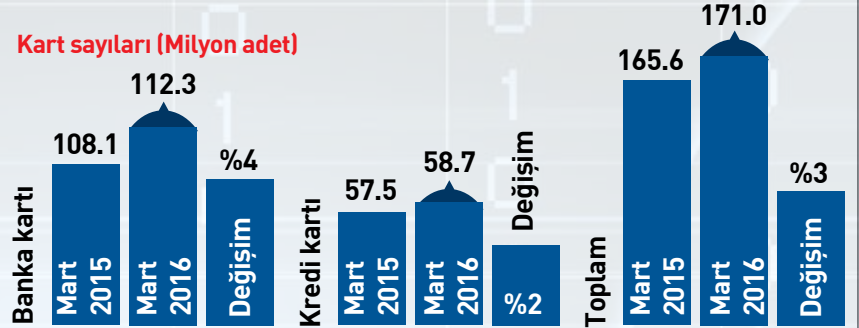
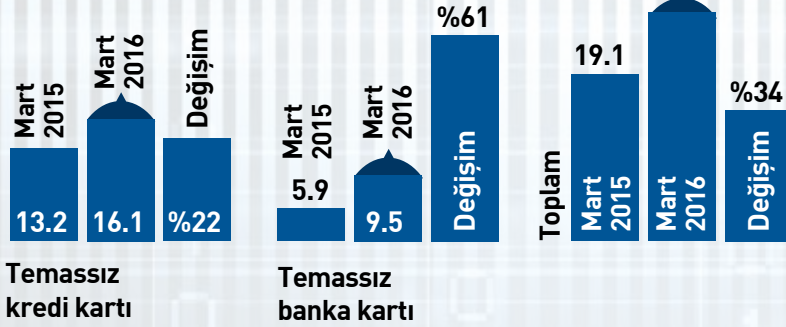
Kartlar TROY ile çıkışa geçecek

TABLO 1

Mart 2016 sonu itibarıyla kart sayısı 171 milyon oldu

Bankalararası Kart Merkezi'nin (BKM) Mart 2016 sonu itibarıyla açıkladığı veriler, yeni alınan banka ve kredi kartı sayısında önceki dönemlere göre hızı biraz azalsa da düzenli artış olduğunu ortaya koyuyor. Son dönemde banka kartlarında 2015 yılının aynı aylarına göre yüzde 5, kredi kartlarında ise yüzde 2 civarında artış var. Mart 2015 sonu itibarıyla 108.1 milyon olan banka kartı sayısı, Mart 2016 sonunda yüzde 4 artışla 112.3 milyona yükseldi. Aynı dönemde kredi kartları da yüzde 2 artışla 58.7 milyon adede ulaştı. Toplamda ise Mart 2016 sonu itibarıyla son bir yılda Türkiye'deki banka ve kredi kartları sayısında yüzde 3 artışla 171 milyona ulaşıldı.

Kart sayıları (Milyon adet)

Temassız kart sayısı
(Milyon adet)

TABLO 2

Her 7 karttan yaklaşık 1'i temassız özellikli

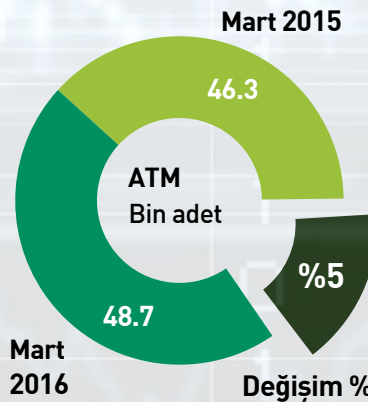
Türkiye'nin büyük yazarkasa dönüşümü, temassız ödeme kabul eden perakende noktalarının sayısını hızla artırıyor. Bu gelişme temassız özellikli banka ve kredi kartları sayısı ile kullanım oranlarına da yansıyor. Mart 2015 sonunda 13.2 milyon olan temassız özellikli kredi kartı sayısı, son 1 yılda yüzde 22 artışla 16.1 milyona yükseldi. Aynı dönemde temassız özellikli banka kartı sayısı yüzde 61 artışla 9.5 milyona ulaştı. Toplamda ise Mart 2016 sonu itibarıyla temassız banka ve kredi kartı sayısı 25.6 milyonu buldu.

TABLO 3

ATM sayısı 49 bine dayandı

Yeni banka şubesi açılışlarındaki azalmaya rağmen ATM kurulumları düzenli olarak artıyor. BKM verilerine göre, Mart 2016 sonu itibarıyla Türkiye genelindeki ATM sayısı 48.7 bine ulaştı. Genelde her ay yüzde 5 civarında istikrarlı bir artış görülüyor. Bu artışın sürmesi halinde, 2016 yılı sonuna kadar Türkiye genelinde kurulu ATM sayısının 50 bini aşması sürpriz olmayacak.

ATM sayısı (Bin adet)



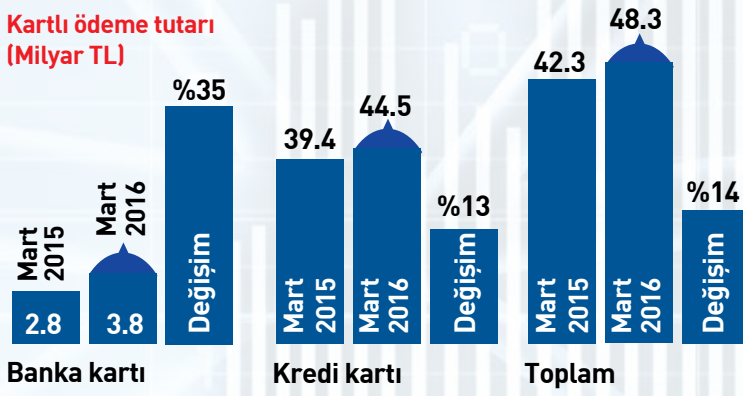
TABLO 4

Kartlı ödemelerin hızı yavaşladı

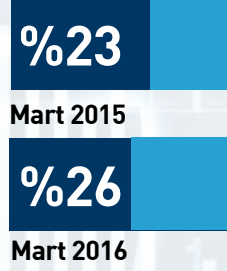
Şubat bu yıl 29 gün geçtiği için kartlı ödemelerde 2015'in aynı ayına göre yüzde 19 gibi önemli bir artış kaydedilmişti. Mart ayında ise banka ve kredi kartlarıyla yapılan toplam ödemeler yüzde 14 artışla 48.3 milyar TL oldu. 2015 yılının mart ayına göre banka kartlarıyla yapılan ödemeler yüzde 35 artışla 3.8 milyar, kredi kartlarıyla yapılan ödemelerse yüzde 13 artışla 44.5 milyar TL'ye ulaştı. Kredi kartlarıyla yapılan 44.5 milyar TL'lik toplam ödemenin yüzde 19'una karşılık gelen 10.9 milyar TL'yi taksitli tutar oluşturdu.



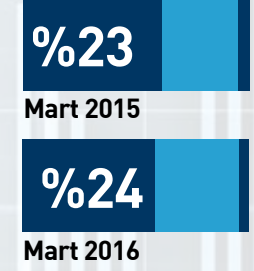
Kartlı ödeme tutarı (Milyar TL)



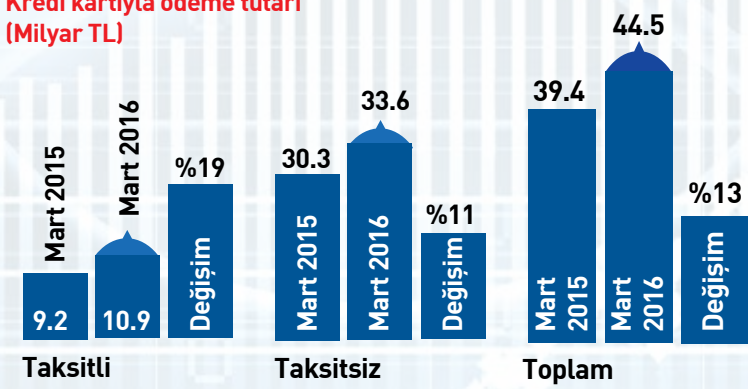
Banka kartlarının kartlı ödeme adedindeki payı



Taksitli ödemelerin kredi kartı ödemelerindeki payı



Kredi kartıyla ödeme tutarı (Milyar TL)





Mobil bilet sektörü yüzde 40 büyüyecek

Biletlerini mobilden alanların sayısı çığ gibi artıyor. Bu yıl mobil bilet alımlarının 23 milyar adede ulaşması bekleniyor. Yoğun ilgi, teknolojik altyapı yatırımlarında da artış gerektiriyor...



Juniper Research tarafından yayınlanan rapora göre, mobil bilet alımları bu yıl yaklaşık 23 milyar adede ulaşacak. 2020 yılı beklentisi ise bu rakamın iki katına çıkacağı yönündü.

“Mobile & Online Ticketing: Deep Dive Strategy & Competition 2016-2020” adlı rapor, turizm acenteleri ve bilet satışı yapan kurumların Apple Pay gibi yeni ödeme sistemlerini kullanmaya başlamaları sonucunda 12 ayda mobil bilet kullanıcılarının sayısında hızlı bir artış yaşandığını ortaya koyuyor.

Söz konusu rapora göre, küresel bazda mobil biletleme uygulamasını en yoğun kullananlar havayolu şirketleri oldu. 2015 yılında, havayolu sektörü uygulama tabanlı bilet kullanıcılarının oranı yüzde 50 artış gösterdi. Bu yıl ise yine havayolu sektöründe mobil bilet alımının yüzde 40 oranında büyüyeceği tahmin ediliyor.

Araştırmayı yapan ekibin üyelerinden Nitin Bhas, “Uygulama tabanlı bilet kullanıcı kabulü piyasası, toplam sektör içinde güçlü olmaya devam ediyor. Satış hacmi artışında en önemli pazar olarak ABD ön plana çıkıyor. Daha düşük hareketlenmelerin olduğu alanlar ise metro ve otobüs biletleri olmaya devam edecek” diyor.

Yeni hizmetler gerekiyor

Sektör büyüyor ama bazı yeniliklere de ihtiyaç olduğu bir gerçek. Araştırmacılar, mevcut uygulamalara ek hizmetlerin dahil edilmesi gerektiğini savunuyor. Daha zengin bir içerik, daha fazla seçenek, biletin ulaştırılması yöntemlerinin geliştirilmesi ve tüm bunlara ek farklı ürünlerin de müşteriye sunulması gerekiyor. Araştırma, mobil biletin diğer alanlarda da gelişmesini sağlamak için yeni uygulamalara ihtiyaç duyulduğunu gösteriyor. Araçlara binerken bilet doğrulama işlemlerinin yapılacağı sistemlerin kurulması gibi... Tıpkı havayolu şirketlerinde olduğu gibi, barkod okutarak araca binmenin artık tren ve otobüslerde de kullanımı örnek gösteriliyor. Raporda ortaya konulan bir diğer örnek de İngiltere ile ilgili. İngiltere’de, Future Railway, RSSB (Rail Safety & Standards Board) ile Network Rail arasında BLE özellikli cep bilet uygulamasını geliştirmek için sözleşme imzalandı. Bu işbirliğiyle trenlerde mobil bilet kullanımının yaygınlaştırılması ve güvenli hale getirilmesi hedefleniyor. Raporda trenler, otobüsler, taksiler, havalimanları da dahil olmak üzere bilet promosyonları ve bireyselleştirilmiş içeriğinin yanında otomatik ücret hesaplama yoluyla yolcu rahatlığının sağlanacağına da dikkat çekiliyor.



ALİBABA, YEMEK İŞİNE DE GİRDİ

Türkiye'de öncülüğünü Yemeksepeti.com'un yaptığı online yemek siparişi sektöründe el değiştirmeler sürüyor. Kısa zamanda dünyanın en büyük mobil ticaret sitesi haline gelen Çinli Alibaba, Şanghay merkezli yemek sipariş girişi Ele.me'ye 1.25 milyar dolar yatırım yapacağını açıkladı. 900 milyon dolar Alibaba'nın, 350 milyon dolar ise grubun yatırım şirketi olan Ant Financial tarafından sağlanacak.

Analysys International'ın verilerine göre Ele.me, 7 milyar dolara ulaşan Çin online yemek siparişi pazarının üçte birini elinde tutuyor. Ülkede sektörün büyüme hızı ise adeta baş döndürüyor. 2015'te bir önceki yıla göre büyüme yüzde 200'lerde. 2018 pazar hacmi beklentisi ise 40 milyar dolar...

Aynı sektörde bir başka yatırım haberi de Avrupa'dan geldi.

Finlandiyalı yemek siparişi girişimi Wolt.com, 11 milyon dolarlık yeni yatırım aldı.

Yatırımcılar arasında Skype'ın kurucusu Niklas Zennström, Supercell CEO'su Ilkka Paananen ve Nokia Başkanı Risto Siilasmaa gibi isimler yer alıyor. Şirket, bu gelişmeyle birlikte Finlandiya dışına yayılacak. Hedef önce Baltık ülkeleri, daha sonra Avrupa'nın geneli...



GÜVENLİK ARTTIKÇA NFC DE YAYGINLAŞACAK

Temassız kartlar, hem tüketici hem de işyerine sağladığı rahatlık sayesinde artık çok daha fazla ilgi görüyor. Özellikle fast-food zincirleri, toplu taşıma yerleri gibi yoğunluğun fazla olduğu

noktalarda alışverişi hızlandırıp zaman kazandırıyor. Bu yüzden de pazar payı hızla artıyor. 2016 Dijital Ödeme Raporu için üye işyerlerine "Temassız kartı hangi koşullarda kabul edersiniz?" sorusu yöneltildi. Bugüne kadar hem kullanıcı hem de işyerlerinin güvenlik kaygıları nedeniyle temassız kartlardan uzak durduğu sonucu ortaya çıktı. Rapor, özellikle 2016-2018 yılları arasında üç bölgede temassız kullanımının artacağını ortaya koyuyor. Bu artışın arkasında ise mobil temassız işlemler yatıyor. Dijital Ödeme Raporu, biyometrik kimlik doğrulama teknolojisi, Apple ve Samsung'un sistemlerinin etkili olacağını belirterek bu yıl içinde LG ve HTC'nin de çıkaracağı mobil cüzdanların pazarı daha hızlı büyüteceğini öngörüyor.

NFC özellikli kartlar ne zaman temel kabul gören standart olacak?



Temassız pratikte ne zaman ana kullanım uygulaması olacak?



YANDEX.MONEY DE NFC'YE GEÇİYOR

Rusya'nın en büyük mobil ödeme platformu Yandex.Money, Android işletim sistemine sahip cihazlar üzerinden temassız ödeme hizmeti sunma kararı aldı. Artık kullanıcılar NFC kabul eden birçok ödeme noktasında sadece akıllı telefonlarını kullanarak ödeme yapabilecek. NFC ödemeleri etkinleştirmek

için kullanıcıların sadece kendi telefonlarında Yandex.Money uygulamasını güncellemesi gerekecek. Güncellenmenin ardından MasterCard hesapları ve Yandex.Money cüzdanları NFC özellikli olarak kullanılabilir. NFC tabanlı ödemeler, MasterCard tarafından halen 74 ülkede 4 milyondan fazla noktada kabul ediliyor. Rusya'da NFC kabul eden nokta sayısı

geçen yıl yüzde 138 artış gösterdi. Deloitte tarafından hazırlanan yıllık rapora göre, NFC uygulaması küresel çapta 600 milyondan fazla akıllı telefonlarda kullanılabilir durumda.

Amerika, Avrupa ve Asya-Pasifik bölgesini inceleyen rapor, Avrupa gibi EMV uygulamasına daha önce başlamış ülkelerde büyümenin bugüne kadar daha hızlı olduğunu, 2018 yılına kadar da aynı hızı sürdüreceğini ortaya koyuyor. 2018'den sonra ise aynı sistemi kullanacak olan Amerika ve diğer bölgelerde hızlı bir yükselişin yaşanması bekleniyor.





Kuzey Kore'nin ilk ve tek e-ticaret sitesi de kapandı!



Kuzey Kore, dünyaya kapılarını sıkı sıkı kapatmış izole bir ülke konumunda. Ülkede bankacılık sistemi, kredi kartı, internet ağı yok. Sadece kendine has bir bilgisayar ağı var. Ancak onunla da dış dünyayla bağlantı kurabilmek mümkün değil. Hal böyle olunca da Kuzey Kore'de herhangi bir e-ticaret sitesi de yok. Aslında vardı ama o da kapandı. Nasıl mı?

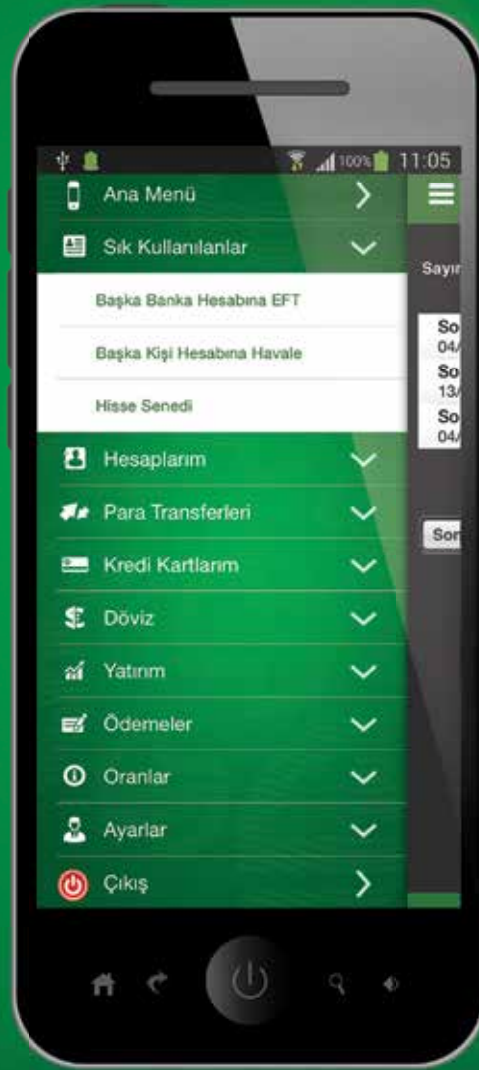
Uzun yıllar Uzakdoğu'da çeşitli işler yapan İsviçreli işadamı Felix Abt, her nasılsa yaşamak için Kuzey Kore'yi tercih etmiş. Çeşitli işler yaptıktan sonra da ülkenin ilk ve tek e-ticaret platformu olan "Pyongyang Painters"i (Pyongyang Ressamları) kurmuş. Pyongyang-painters.com sitesi üzerinden Kuzey Koreli ressamların tabloları satışa sunuluyordu. Kendi dağıtım sistemini kuran Abt, bankacılık sistemi olmadığı için kapıda nakit ödeme sistemiyle çalışmaya başlamıştı...

Ancak site bir süredir kapalı. Nedeni ise bugüne kadar defalarca hacker'ların saldırısına uğraması. Belirli aralıklarla saldırıya uğrayan site, sonunda kendini feshetme kararı almış.



ALO DEMEK PARAYLA, PARA GÖNDERMEK BEDAVA!

Siz de Şeker Mobil Şube'yi kullanın,
işlemlerinizi kolayca gerçekleştirin.



 facebook.com/sekerbank

 twitter.com/sekerbank



iPhone



Android

Şekerbank 

sekerbank.com.tr | 444 78 78



Hoş geldin Troy!

Troy ile birlikte Türkiye kartlı ödeme sistemlerinde yeni bir dönem başladı. Troy logosu banka kartlarımızın ve kredi kartlarımızın sağ alt köşesinde yerini aldı.

Troy'un arkasında bankacılıktaki bilgi birikimi, deneyimi ve teknolojisi ile Türkiye var. Bu yüzden adımlarımız "Türkiye'nin Ödeme Yöntemi"nden geliyor. Türkiye'nin "TR"si, Ödemenin "O"su ve Yönteminin "Y"sinden oluşan kısaltmayla ona "Troy" adını verdik. Troy, Türkiye'ye özel olacak, Türkiye kazanacak.

Türkiye'deki tüm POS, ATM ve e-ticaret siteleri 1 Nisan'dan itibaren Troy logolu kartlar ile işlem yapmaya hazır hale geldi. Çok yakında cüzdanlarımızda da Troy logolu kartları görmeye başlayacağız. Troy'u evinizde, işyerinizde ve tüm ödemelerinizde kullanabilirsiniz.



Şimdi sıra sizde!

Kartınız hangi bankadan olursa olsun ödeme yönteminiz Troy olsun

Troy, Türkiye'nin Ödeme Yöntemi