

PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

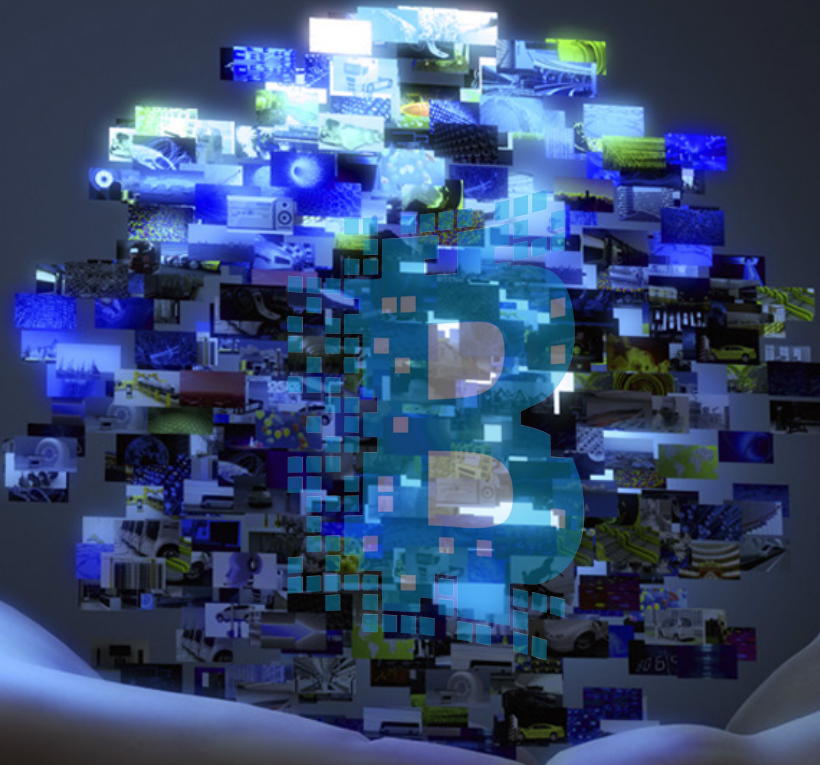
AĞUSTOS 2017 / Sayı: 76 / Fiyatı: 10 TL

www.psmmag.com



“Pazar payında da
gönül payında da lideriz”

TÜRK BANKALARI blockchain'e hazırlanıyor



Hindistan'ın ilk
akıllı ulaşım
projesi **Cardtek**'le
hayata geçti



PaybyMe,
Rusya'dan
sonra Avrupa'da
büyüyecek



Şeker Mobil Şube ile
ihtiyaç duyduğunuz
tüm bankacılık işlemlerini
şubeye gitmeden, 7 gün 24 saat
kolaylıkla yapabilirsiniz!



Şekerbank



Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

Yarının kısa bir tarihi ve blockchain..

“Hammadde ve enerji tükenebilir, elinizdekiler kullanıldıkça azalacaktır. Bilgiyse aksine büyüyen bir kaynaktır, ne kadar kullanırsanız elinizdeki o kadar artar. Hatta sahip olduğunuz bilgi dağıtıcısını artırmak size hammadde ve enerji de sağlayabilir. Alaska’da petrol sahası araştırmalarına 100 milyon dolar yatırım yaparak petrol çıkardığımda petrolüm olur ama torunlarım daha az petrol kalacaktır. Diğer taraftan güneş enerjisi araştırmalarına 100 milyon dolar yatırarak yeni ve daha etkin bir enerji üretme yöntemi geliştirebilirim hem kendime hem de torunlarıma daha çok enerji sağlayabilirim...”

İnsanların taksi ve otomobil kullanmalarını yasaklayıp bilgisayarlara trafikte tam yetki verebilirsek, tüm araçları tek bir ağa bağlayabilir ve fiilen tüm kazaları ortadan kaldırmamız. Ağustos 2015’te Google’ın sürücüsüz aracı karşıdan karşıya geçmek isteyen yayaları fark edip frene bastığında, o sırada dikkatini yola vermek yerine belki de evrenin sırlarına kafa yoran dikkatsiz bir sürücünün kullandığı bir otomobil Google’ın aracına arkadan çarptı. Eğer araçların her ikisi de birbirine bağlı bilgisayarlar tarafından kontrol ediliyor olsaydı bu kaza meydana gelmeyecekti. Algoritma kontrol ettiği her aracın konumunu ve muhtemel hareketlerini bileceğinden, iki aracının çarpışmasına izin vermeyecekti. Bu tür bir sistem, ciddi bir zaman ve kaynak tasarrufu sağlayarak pek çok hayatı kurtarabileceği gibi otomobil kullanma deneyimini anlamsızlaştırarak milyonlarca insanı işinden edebilir...

2015’te, Stockholm’deki yüksek teknoloji merkezi Epicenter’daki birkaç yüz çalışanın ellerine mikroçipler yerleştirilmiş. Sadece pirinç tanesi büyüklüğündeki bu çipler, kişisel güvenlik bilgilerini sakladığı işçilerin ellerini sallayarak kapıları açmalarını ya da fotokopi makinelerini çalıştırmalarını sağlıyor. Yakında bu yöntemle ödeme de yapılacağı belirtiliyor...

Yapay zekâ hiçbir acıdan insansı bir varlık olmaya yakın değil. Ancak insan özelliklerinin ve yeteneklerinin yüzde 99’u pek çok modern iş için lüzumsuz fazlalıklardan ibaret. Yapay zekâların bizi işgücü piyasasından atabilmesi için mesleki ihtiyacı karşılayacak yeteneklerinin bizden üstün hale gelmesi yetecek ve hatta artacaktır...

Tıpkı kapitalizm gibi “dataizm” de yoluna tarafsız bir bilimsel teori olarak başlamış olsa da giderek doğruyu ve yanlış belirleme iddiası taşıyan bir din olma yolunda ilerliyor. Bu dinin en yüce değeriyse “bilgi akışı”. Eğer yaşam bilginin devinimiye ve biz yaşamın iyi olduğuna inanıyorsak, o halde evrendeki bilgi akışını artırmamız, derinleştirmemiz ve yaymamız gerekir... İnsanlar zamanla gezegenimizin sınırlarını aşip galaksiye hatta tüm evrene yayılacak “nesnelerin internetini” yaratma amacıyla kullanılan araçlardan ibarettir...”

Felsefenin gereksizleştirilmeye çalışıldığı, evrim teorisinin “karmaşık, tartışmalı, anlaşılması zor” gerekçesiyle müfredattan çıkarıldığı bir dönemde, blockchain dosyasını okumadan önce, yararlı bir önsöz olması umuduyla Yuval Noah Harari’nin “Homo Deus: Yarının Kısa Bir Tarihi” kitabından alıntılar paylaştım.

Keyifli okumalar.



www.psmmag.com

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

Barış Bekar

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Kayhan Öztürk

HABER MÜDÜRÜ

Orhan Pala

EDITÖRLER

**Esin Gedik, Berrin Uyanık Bekar,
Seda Uygun Pala**

YAYIN DANIŞMANI

Abdullah Çetin

acetin@psmmag.com

DÜZELTMEN
Celalettin Kafesoğlu

FOTOĞRAF
Çelik Çelikyaman

GÖRSEL TASARIM
**Medya Gündem
Dijital Yayıncılık**

HABER MERKEZİ
**Burak Taşçı, Serap Sürmeli
Yağızhan Coşkun**

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

REKLAM & REZERVASYON
suycun@psmmag.com

YÖNETİM YERİ
Medya Gündem Dijital Yayıncılık ve Tic. A.Ş.
Cumhuriyet Cad. No: 147 / 6
Harbiye / Sisli - İstanbul
Tel: 0212 255 32 92-93-94 / Faks: 0212 238 72 07

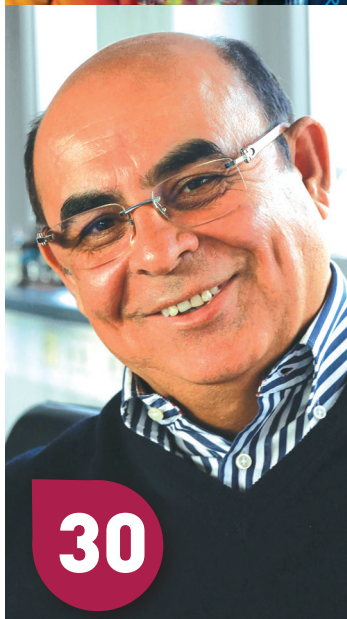
BASKI
Karakış Basım Matbaa Ambalaj ve Reklam San. Tic. Ltd.
Maltepe Mah. Litros Yolu Sok. 2-4 1BF1
Zeytinburnu - İstanbul Tel: 0212 544 58 10
www.karakisbasim.com

YAYIN TÜRÜ
**AYLIK - YAYGIN - TÜRKÇE (EKONOMİ - HABER
DERGİSİ)**

PSM, T.C. Yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır.
Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. Kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz. Köşe yazıları yazarlarının sorumluluğundadır.

iÇİNDEKİLER

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE • AĞUSTOS 2017



ÖDEMELİ SOHBETLER

“Akıllı teknolojileri akıllı insanlar kullanmalı”



6

VİTRİN

Şekerbank, Mastercard ödülünün dördüncü kez sahibi oldu

17

KNOW-HOW

Hindistan'ın ilk akıllı ulaşım projesi Cardtek teknolojisiyle hayata geçti

18

SÖYLEŞİ

“Pazar payında da gönül payında da lideriz”

22

RAPOR

Avrupa yükseliyor, FinTech'lerle işbirlikleri artıyor, kripto paraların geleceği sorgulanıyor

25

ENTEGRASYON

Turkish Bank UK dünya devleri arasında

28

PSP

PaybyMe, Rusya'dan sonra Avrupa'da büyüyecek

30

DİJİTAL GÜVENLİK

Bankalar geleceğin güvenliğini KOBİL ile sunuyor

51



32

DOSYA

Türk bankaları blockchain'e hazırlanıyor

40

BLOCKCHAIN

Blockchain teknolojisini benimserken tehlikelerden kaçınmayın

42

FINTECH DÜNYASINDAN GELİŞMELER

Daha kolay ödeme, daha çok ödeme

48

OYUN

2020'de 6 milyon e-pin kullanıcısı olacak

51

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

30 bin çiftçi finansal eğitim alacak

52

VİZYON

E-ticaret pazarlama stratejileri

54

CRM

Dijital doğanlara ne kadar hazırsın?

58

RAPOR

Teknoloji, bankalar için fırsat olacak

60

MEVZUAT

Yatırım almayı düşünen ödeme şirketleri nelere dikkat etmeli?

62

EXTRE

Nakitsiz toplum hedefine uçarak ilerliyoruz

64

DÜNYADAN

Nakitsiz işlemler 10 yılın rekorunu kırdı

► Şekerbank, Mastercard ödülünün dördüncü kez sahibi oldu

"Anadolu Bankacılığı" misyonuyla 64 yıldır üretenin yanında yer alan ve toplam kredi portföyünün yaklaşık yarısını KOBİ ve tarım kredilerine ayıran Şekerbank, Mastercard tarafından "2016 Yılında Ticari Kredi Kartı Portföyünü Oransal Olarak En Fazla Büyüten Banka" ödülüne layık görüldü.

Şekerbank, sektörde bir ilke imza atarak ticari kredi kartı ve banka kartını birleştirdiği "Üreten Kart"ın gösterdiği hızlı büyümenin etkisiyle Mastercard tarafından dördüncü kez ödüllendirildi. 2015 yılı sonunda 40 bin 500'ü aşan ve geçen yılın sonunda da 52 bine ulaşan Üreten Kart sayısı Şekerbank'a, bu yıl da "Ticari Kredi Kartı Portföyünü Oransal Olarak En Fazla Büyüten Banka"

ödülünü getirdi. "Mastercard 2016 Ödülleri" kapsamında verilen ödül, Mastercard Ürün Müdürü Zeynep Selçuk Ekren tarafından Şekerbank İşletme Bankacılığı Pazarlama Birim Müdürü Ömer Bilgiç'e verildi. Şekerbank, Türkiye ve Avrupa'da ilk kez kredi kartı ve banka kartını birleştiren Üreten Kart'ı Mart 2014'te müşterilerinin hizmetine sunmuştu. Esnaf ve işletme sahipleri, Üreten Kart ile tüm şirket harcamalarını gerçekleştirirken, aynı zamanda şubeye gitmeden ATM'den ticari taksitli kredi başvurusu yapabiliyor, kredi tutarını da ATM'den çekebiliyor. Söz konusu ürün, esnaf ve işletme sahiplerine tüm bankacılık ürünlerini tek bir hesap özetiyle, yani tek bir ekstreye takip edebilme imkânı da sağlıyor.



Zeynep
Selçuk Ekren

Ömer Bilgiç

Şekerbank

E-ticarette hedef, günlük 1 milyon alışveriş

2017'nin ilk çeyreğinde internetten kartla yapılan alışverişte günlük işlem ortalaması 826 bin oldu. EFT ve kapıda ödeme seçenekleriyle birlikte bu yıl 1 milyon hedefine ulaşılması bekleniyor. Türkiye'nin ilk para iadeli alışveriş sitesi Avantajix.com'un kurucu ortağı Güçlü Kayral, 18-34 yaş grubundaki gençlerin yoğun ilgisi sonucu, e-ticaret rakamlarının hızla gelişmiş ülkeler seviyesine yükseldiğine, hatta bazı verilerde öne geçildiğine dikkat çekiyor. Bilişim Sanayicileri Derneği'nin 2016 raporuna göre mobil alışverişte Türkiye'nin Almanya, Japonya, Fransa gibi devleri bile geride bıraktığının altını çizen Kayral, şu bilgileri paylaşıyor:

"Türkiye'de her 100 cep telefonu kullanıcısından 31'i mobil alışveriş yaparken, bu oran Almanya'da 26, Japonya'da 30, Fransa'da 19. Online alışverişte ise yüzde 43 ile henüz gelişmiş ülkeler seviyesinin oldukça gerisindeyiz. Bu oran İngiltere'de yüzde 76, Almanya'da yüzde 72, Japonya'da



Güçlü Kayral

yüzde 68, Fransa'da yüzde 62." Online alışverişte gelişmiş ülkelerle Türkiye arasındaki farkın her yıl düzenli bir şekilde kapandığını anlatan Kayral, "BKM verilerine göre internetten yapılan kartlı alışverişte günlük işlem adedi 2012'deki 364 binden 2013'te 460 bine, 2014'te 521 bine, 2015'te 622 bine, 2016'da ise 720 bine yükseldi. 2017'nin ilk çeyreğinde

ise ortalama 826 bin oldu. Bu veriler sadece kartla yapılan işlemlere ait. Türkiye'de online alışverişin yüzde 85'i kartla, kalanı da EFT, kapıda ödeme gibi diğer seçeneklerle yapılıyor. EFT, kapıda ödeme seçeneklerini tercih edenler de hesaba katıldığında, günlük 1 milyon işlem hedefine çok beklemeden 2017'de ulaşmak mümkün" diyor.



EĞLENCENİN KODLARI MAXIMUM MOBİL'DE TOPLANDI!

Maximum Mobil Dijital Kod Market açıldı!

Şimdi oyun ve müzik kodlarınızı
Maximum Mobil üzerinden
kolayca satın alabilirsiniz.



maximum



► Yapı Kredi'ye "Avrupa'nın En İnovatif Dijital Bankası" ödülü

Yapı Kredi, Global Finance Ödülleri 2017'de 5 büyük ödül birden alarak "Avrupa'nın En İnovatif Dijital Bankası", "Avrupa'nın En İyi Entegre Kurumsal Bankası", "Avrupa'nın En İyi Kurumsal Site Tasarımı", "Türkiye'nin En İyi Dijital Bankası" ve "Türkiye'nin En İyi Kurumsal Dijital Bankası" seçildi.

Yapı Kredi CEO'su Faik Açıkalin, dünyanın en saygın yayınlarından Global Finance tarafından 5 büyük ödüle layık görülme büyük gurur duyduklarını açıkladı. Açıkalin, "Türkiye'nin dijital bankası olarak, Avrupa'da da başarılarımızın teyit edilmiş olması hem bizler için hem ülkemiz için büyük bir gurur kaynağı. Yapı Kredi olarak bankacılıkta yeni bir devrim başlattık. Dijitalleşmenin öncüsü olarak önümüzdeki dönemde de sektörümüze ilkler kazandırmaya ve müşterilerimize hayatı kolaylaştıran teknolojiler sunmaya devam edeceğiz. Çalışmalarımızla dünyaya örnek, ülkemize de gurur kaynağı olmayı sürdüreceğiz" dedi. Yapı Kredi'nin toplam yatırımlar içinde teknolojinin payını sürekli artırdığını vurgulayan Açıkalin, şu bilgileri verdi: "Devrim niteliğindeki yeni ürün ve hizmetlerimizle müşterilerimize benzersiz bir bankacılık deneyimi



Faik Açıkalin



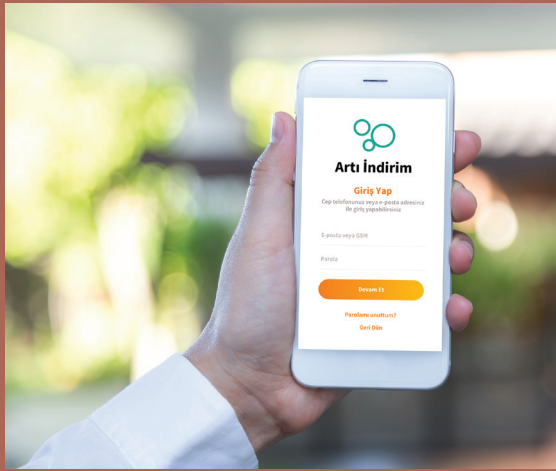
yaşıyoruz. Son beş yılda teknoloji yatırımlarının toplam yatırımlarımız içerisindeki payı yüzde 71 seviyesine çıktı. Tüm

bu yatırımlarımız neticesinde de dijital bankacılıkta müşteri tabanımızı ve dijital içerisinde mobil müşteri penetrasyon oranımızı ciddi oranda artırdık. Dijital bankacılık müşterilerimiz son 1 yılda yüzde 34, mobil bankacılık müşterilerimiz ise yüzde 60 arttı. Mobil bankacılık kullanım oranımız Haziran 2017 itibarıyla yüzde 80'e ulaştı. Yani her 5 dijital müşterimizden 4'ü mobil

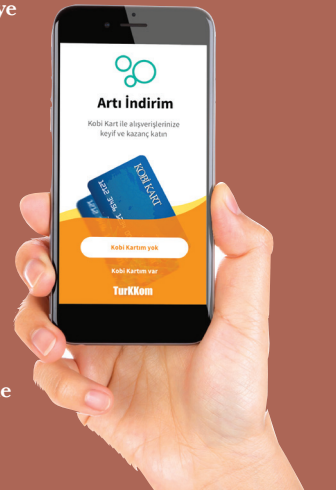
bankacılık müşterisi haline geldi. Nakit dışı işlemlerde ise dijital bankacılık kanallarımızın kullanım oranı Haziran 2017 itibarıyla yüzde 94'e ulaştı."

Yapı Kredi Mobil'e Göz-ID ile giriş özelliğiyle Avrupa'da bir ilki gerçekleştiren Yapı Kredi, en iyi hizmet kalitesi, yeni müşteri kazanımı, geniş ürün yelpazesi, internet ve mobil bankacılık uygulamalarının kolay kullanımı, tasarım ve fonksiyonellik, dijital çalışmalardan elde edilen fayda hakkında somut kanıtlar gibi kriterler göz önüne alınarak bu ödülleri almaya hak kazandı.

TURKKOM, KobiKart'tan sonra Mobil Kart'ı da kullanıma sundu



KobiKart ile hem esnafa hem de üye işyerlerinden alışveriş yapanlara ayrıcalık sunan TURKKOM, şimdi de Mobil Kart ile hizmet vermeye başladı. Android ve iOS marketlerden ücretsiz olarak cep telefonlarına indirilebilen Mobil Kart uygulaması, kullanıcılarına üye işyerlerinden yapacakları tüm alışverişlerde anında kasada indirim kazandırıyor, ayrıca bir kart taşımaya gerek kalmıyor. TURKKOM'un tüm Türkiye'de başlattığı "Artı İndirim" konseptine şimdiye kadar 50'nin üzerinde ilde birçok işyeri üye olmuş durumda.



KART BİLGİLERİNİZE HER YERDEN ULAŞIN...



Artık herkes kolayca kendi eklentilerini yapabileceği kaprissiz kart paketi istiyor. Verisoft CARDIX.NET bu felsefeyle Microsoft .NET MVC platformunda geliştirildi. Baştan sona API, Web Service, JSON, Thin Client, Web Browser arayüzü sayesinde kolaylıkla istediğiniz amaca uyarlayabilirsiniz.

CARDIX.NET

KASMAVAN KART PAKETİ



verisoft

MERKEZ : YTÜ TEKNOPARK B1 N302 ESENERLER 34220 ISTANBUL 0212 483 7272
YURTDIŞI : LOS ANGELES - TORONTO - LONDON - DUBAI - BRATISLAVA - SARAJEVO

WWW.VERISOFT.COM

► Türkiye İş Bankası bu yıl da dünyanın en büyük Türk bankası

The Banker, "Dünyanın En Büyük 1000 Bankası" listesini yayınladı. Türkiye İş Bankası, bu yıl 122'nci sıradan listeye girdi. Derginin bankaların ana sermaye büyüklüğüne göre yaptığı sıralamanın sonuçlarına göre İş Bankası, güçlü sermaye yapısı ve yüksek kârlılık rasyolarıyla bu yıl da Türk bankaları arasında liderliği elde ederek güçlü ve öncü konumunu pekiştirdi. İş Bankası ayrıca, pek çok Avrupa bankasını da geride bıraktı.

İş Bankası Genel Müdürü Adnan Bali, sürdürülebilir büyüme stratejisi doğrultusunda Mart 2017 itibarıyla aktif büyüklüğünü 333 milyar TL'ye çıkararak Türkiye'nin en büyük özel bankası olarak, dünyanın en büyük bankaları sıralamasında Türk bankaları arasında en üst sırada yer almaktan mutluluk duyduklarını vurguladı. Bali, "Gerek hane halkına gerekse ülke ekonomisine istihdam ve katma değer yaratan sektörlerle kesintisiz finansman desteği vermeyi sürdürüyoruz. İş Bankası olarak büyüklüğü sadece



ekonomik büyüklük olarak algılamıyor, tüm faaliyetlerimizle çalışanlarımız, müşterilerimiz, hissedarlarımız, tüm paydaşlarımız için değer katmak olarak görüyoruz. Elde ettiğimiz başarıları bu anlayışımızın bir sonucu olarak

değerlendiriyoruz" dedi. The Banker'in ana sermaye büyüklüğüne göre yaptığı sıralamanın sonuçlarına göre, en büyük 1000 banka sıralamasında Türkiye'den 7 banka yer alıyor.

Yaratıcı beyinler Urla'da buluşuyor

Türkiye'nin yaratıcı, tasarımcı, yazılımcı, geliştirici beyinleri daha iyi bir gelecek için bu yıl da kısa bir mola verecek. İkincisi düzenlenen Açık İnovasyon Kampı, kapılarını bir sözü olan teknoloji geliştiricilerine, tasarımcılara, projesini paylaşmak isteyen yazılımcılara, bir fikri onlara ve fikrini geliştirmek isteyenlere açmaya hazırlanıyor. "Daha iyi bir gelecek için mola" sloganıyla düzenlenen kamp, 19-27 Ağustos tarihlerinde teknoloji odaklı etkinliklerin yanı sıra kültür sanat ve spor aktiviteleriyle katılımcılara yoğun bir program sunacak. Açık İnovasyon Kampı'nda yaklaşık 3 bin katılımcının bir araya gelmesi öngörüldürken, kampın bu yılki ana konuları Temiz Enerji, Elektrikli ve Otonom Taşıtlar, Sanayi 4.0, Design Thinking olarak belirlendi. Urla'daki İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Teknopark İzmir yerleşkelerinde ve İzmir Yarımada'sının doğal ve kültürel bölgelerinde düzenlenecek kamp, geleceğin teknoloji, tasarım ve toplu-



munun konuşulduğu 100'ün üzerinde, hackathon, ideathon, atölye çalışması, eğitim, seminer, sektörel ve kültürel geziyi barındırıyor. Kamp süresince bir de kamu ve kurumsal firma temsilcilerinin açık inovasyon ve sosyal inovasyon konularında konuşmalarına yer verecek olan "Açık İnovasyon Konferansı" düzenlenecek. Geliştirici, tasarımcı, girişimci ve start-up'lardan oluşan genç, üretken ve yaratıcı bir kitle, tasarım ve teknoloji yaklaşımli çözümler geliştirmek amacıyla doğayla iç içe geçirecekleri bir hafta boyunca hem kültürel aktivitelere katılacak hem de hackathon'larda kıyasıya bir mücadele vererek, fikir ve

girişimlerini kurumlara ve yatırımcılara sunma imkanı bulacak. Katılımcılara rekabet dolu anlar yaşatacak olan Hack'n Break'te, aynı zamanda tasarım ve yeni fikir geliştirmeye yönelik maratonlar (ideathon), workshop, eğitim ve teknoloji girişim sunumları da yer alacak. Başarılı bulunan fikirler, mentor desteğiyle iş modeli ve teknik fizibilite açısından iyileştirilecek; ardından kurumsal yatırım yöneticileri ve melek yatırım ağı temsilcileri tarafından değerlendirilecek.

ÖDEME VE TAHSİLATIN EN FULL HALİ

Sanal Poslarınıza Katma Değerli Servisler Sunar



Kredi Kartı
Saklama



Tekrarlayan
Ödemeler



Bayi Tahsilat
Sistemi



Fraud
Kontrolü



Tek Tıkla
Ödeme



Sanal Pos
Entegrasyonu

Payfull

0850 840 14 17

info@payfull.com

www.payfull.com

► Visa'dan nakit kullanmayan 50 işletmeye 500 bin dolar ödül

ABD'deki işletmelerin nakitsiz ödemeye geçmesini teşvik etmek amacıyla "Visa Nakitsiz Ödeme Programı" (Visa Cashless Challenge) başlatıldı. Söz konusu programla nakdin artık kral olmadığı bir kültür yaratılması hedeflenirken, bu sayede işyerlerinin dijital ödemeleri kabul etme imkanları artırılabilecek. Visa, inovasyonu kullanarak nakitsiz ödemeye geçiş sürecinde iş yerlerine destek olacak. Program kapsamında restoran, kafe ve arabalarda yiyecek

satan küçük işletmelerin sahiplerinin nakitsiz ödemenin kendileri, çalışanları ve müşterileri için ne anlama geldiğini anlatmaları isteniyor. Visa, yüzde 100 nakitsize geçmeyi taahhüt eden 50 ABD'li küçük yiyecek işletmesi sahibine toplam 500 bin dolar ödül verecek. Visa Inc. Global İşyeri Çözümleri



Direktörü Jack Forestell, programla ilgili şu bilgileri paylaştı: "Visa olarak nerede olursa olsun telefon, kart veya giyilebilir ürünler olmak üzere her türlü cihaz üzerinden ödeme yapılmasının ve aynı şekilde alınmasının kolay bir şekilde gerçekleşmesi gerektiğine inanıyoruz. 2020 itibarıyla dünyanın yüzde 70'inin

veya 5 milyardan fazla insanın mobil cihazla internete bağlı olacağını düşünürsek, işyerleri ve tüketicilerin nakitsiz ödemeler konusunda bilgilendirilmeleri için önümüzde büyük bir fırsat var."

Visa tarafından yakın zamanda yapılan bir araştırma, dünyanın 100 şehrinde işletmelerin nakitten dijital geçmesinin bu şehirlere yılda 312 milyar dolar net fayda sağlayabileceğini gösteriyor. Çalışma, sadece

New York City'deki işletmelerin, dijital ödemelerden daha fazla faydalanarak 6.8 milyar dolar ek gelir elde edebileceğini ve 186 milyon saatlik işgücü tasarrufu yapabileceğini gösteriyor. Bu, New York'taki işletmeler için 5 milyar doların üzerinde yıllık maliyet tasarrufu anlamına geliyor.

Odeabank, 5 kategoride Batı Avrupa'nın en iyi bankası seçildi

Uluslararası bağımsız yayın kuruluşu Global Finance'ın bu yıl 18'inci kez düzenlediği "Dünyanın En İyi Dijital Bankaları" sıralamasında Odeabank, 5 farklı kategoride Batı Avrupa'nın en iyi bankası seçildi. Odeabank, bireysel kategorilerde "En İyi Bilgi Güvenliği Girişimleri" ve "En İyi Web Site Tasarımı"; Kurumsal kategorilerde ise "En İyi Yatırım Yönetimi Servisi", "Sosyal Medyanın En İyisi" ve "En Yenilikçi Dijital Banka" ödüllerini aldı.

Her yıl Asya-Pasifik, Orta ve Doğu Avrupa, Latin Amerika, Ortadoğu ve Afrika, Kuzey Amerika ve Batı Avrupa olmak üzere 6 bölgede belirlenen finalistler arasında dünyanın en iyi dijital bankalarını seçen Global Finance, geçen yıl da Odeabank'a 5 farklı kategoride ödül



Hüseyin Özkaya



vermişti. Odeabank, yeni teknolojilere yatırım yaparak dijital bankacılık alanında "en iyiler" arasındaki yerini daha da güçlendirmeyi hedefliyor. Banka, son olarak dijital bankacılıkta

kullanıcıların harcadığı zamanı en aza indirdiğini vurgulayan "saniyelerle yapılan bankacılık" kampanyasıyla gündeme gelmişti.

Odeabank Yönetim Kurulu Üyesi ve Genel Müdürü Hüseyin Özkaya, "Her geçen gün hedeflerimizin üzerine çıkarak büyümemizi sürdürüyor, buna paralel olarak dijital bankacılık alanında yatırımlarımıza devam ediyoruz. Böylece rekabetçi Türk bankacılık piyasasının ilk 10'undaki en genç banka olarak kurumsal, ticari, KOBİ ve bireysel müşterilerimize en yüksek kalitede hizmet vermeyi sürdürüyoruz" diyor.



MARKA DEĞERİNİ EN FAZLA ARTIRAN TÜRK BANKASI

Ziraat Bankası,
Brand Finance tarafından
gerçekleştirilen
“Türkiye’nin En Değerli
Markaları 2017”
araştırmasına göre;
marka değerini %39 artışla
en fazla yükselten
Türk bankası olmuştur.



Müşteri İletişim
Merkezi
www.ziraatbank.com.tr



Ziraat Bankası

Bir bankadan daha fazlası



► “Güven damgası” ile e-ticaret hacmi artacak



Online alışveriş sektöründe “güven damgası” tebliğiyle internet üzerinden alışverişler daha korunaklı hale geliyor. Güven damgasıyla e-ticarete yeni bir dönemin başladığını ve benzer uygulamaların Avrupa ülkelerinde satışa dönüş oranını yüzde 26 artırdığını ifade eden ÖDED (Ödeme ve Elektronik Para Derneği) Başkanı Burhan Eliaçık, “Sistem Türkiye’de de e-ticaret hacmini artıracak” diyor. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanan “Elektronik Ticarete Güven Damgası Hakkında” tebliğ Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe girdi. Tebliğle birlikte internet alışverişinde daha güvenli bir dönemin kapısı açılmış oldu. Güven damgası, online alışveriş sektöründe asgari emniyet ve hizmet kalitesi standartlarına uyan e-ticaret sitelerine verilen elektronik işaret şeklinde tanımlanıyor. Bu damgaya sahip olmak isteyen kuruluşlar; kişisel veri, ürün, şikayet

yönetimi ve ödeme bilgisi de olmak üzere bir çok alanda bütün işlemlerin gerekli sertifikalarla uygulanmasını sağlayacak. Aynı zamanda ürün stok bilgisi, paket içeriği, garanti ve teknik desteği, sipariş takibine varana kadar bilgilerin bulunmasını zorunlu tutarak e-ticarete özgü anlaşmazlıklara etkin, pratik, hızlı ve maliyetsiz bir çözüm getirecek. Siber güvenlik açısından ise şirketler hem başvuruda bulunmadan en fazla üç ay önce ve her yıl içerisinde en az bir kez “sızma testi” yaptıracak ve böylelikle gerekli önlemleri alacak.

Avrupa ülkelerinde satışa dönüş oranı yüzde 26 arttı

ÖDED, Türkiye’de sunulan ödeme ve elektronik para hizmetlerinin gelişmesine liderlik ederek, tüketicinin ve işletmelerin hayatını kolaylaştıracak güvenli, kolay ve yenilikçi hizmetlere ulaşmasını sağlamayı hedefliyor. Eliaçık, güven dam-

gasının da bu yolda atılmış önemli bir adım olduğunu düşünüyor. “E-ticaret sektörüne duyulan güvenin artması ve kullanımın yaygınlaşmasına dair oldukça yerinde bir uygulama” diyen Eliaçık, sistemin sunduğu diğer avantajları şöyle açıklıyor: “Ülkemizde bilinen ve büyük ölçekli e-ticaret sitelerinin gayretleriyle günümüzdeki aşamaya ulaşan e-ticaret sektörünün dünya ortalamalarına ulaşması için 3 kat daha büyümesi gerekiyor. Bunun başarılabilmesi için daha fazla küçük işletmenin e-ticarete girişinin sağlanması ve özellikle bu işletmelerden yapılacak alışverişlere dair güvenin artırılması gerekiyor. Güven damgası tam da bu noktada güvenlik ve hizmet kalitesi konularında yaşanan endişelerin giderilmesine ve nihayetinde e-ticaret hacminin artırılmasına olumlu katkı sağlayacaktır. Benzer uygulamalara bakıldığında, Avrupa Birliği’nin 20’ye yakın ülkesinde ‘Trustmark’, ‘Certified Shop’, ‘Online Guarantee’ gibi uygulamaların yaygınlaşmasıyla satışa dönüş oranının yüzde 26 attığı, müşterilerin yüzde 90 oranında sadece güven damgasıyla e-ticaret sitesinden alışveriş yaptığı görülüyor. Sistemin hızla yaygınlaşması halinde benzer etkilerin ülkemizde de görüleceğini düşünüyoruz.”



Burhan Eliaçık

DÜNYANIN YEPYENİ LEZZET ZİNCİRİ

Lezzetlerimizi dünyanın dört bir yanındaki misafirlerimize ulaştırmak için çalışıyoruz.



TÜRKİYE • ABD • ALMANYA • AZERBAJCAN • BAE • BELÇİKA • RUSYA • FAS • HOLLANDA • IRAK • İSVEÇ • İNGİLTERE

KIBRIS • KUVEYT • MISIR • SIRBİSTAN • SUUDİ ARABİSTAN • ÜRDÜN • AVUSTURYA • KATAR • LÜBNAN *Yakında*

www.simitsarayı.com • [f](#) • [t](#) /simitsarayı • [i](#) /simitsarayıofficial



Hindistan'ın ilk akıllı ulaşım projesi **Cardtek** teknolojisiyle hayata geçti

Cardtek'in çözüm ortağı olduğu, Hindistan'ın ulusal akıllı kart standardı Rupay sertifikalı, bankacılık sistemleriyle entegre ilk ulaşım kartı projesi hayata geçti. Hindistan'ın en güçlü üç özel bankasından biri olan Axis Bank öncülüğünde BMTTC (Bangalore Metropolitan Transport Corporation) ve KMRL (Kochi Metro Rail Limited) işbirliğiyle başlatılan projenin açılış törenine Hindistan Başbakanı Narendra

Modi ve ilgili bakanlar katıldı.

"Axis Bank Rupay Temassız Toplu Taşıma Akıllı Kartı" olarak adlandırılan sistemin kullanımına Hindistan'ın en yüksek nüfuslu şehirlerinden olan Bangalore ve önemli turizm merkezlerinden Kochi'de eş zamanlı olarak başlandı. Bu akıllı banka kartı sistemi sayesinde ulaşımdan alışverişe, e-ticaretten restorana pek çok farklı alanda ödeme işlemleri tek bir kartla yapılabilecek.

Hindistan'ın "akıllı şehircilik" atımları içinde en büyük işi olması beklenen proje doğrultusunda, kullanıcılara isim ve fotoğraflarının olduğu kişiselleştirilmiş akıllı banka kartları dağıtılıyor. Böylece ülkede kağıt bilet devri kapanıyor, tek bir mobil cüzdan ile hem ulaşım hem de diğer ödeme işlemleri yapılabiliyor.

Kullanıcılar, kartlarına dair işlemlerini Axis Bank ATM'leri, kart dolum merkezleri, internet ya da mobil uygulama üzerinden kolayca gerçekleştirebiliyor. Projeye önce ön ödemeli (prepaid), ardından da



tüm temassız banka ve kredi kartlarının ulaşımında kullanılması sağlanacak.

Metro ve otobüslerin yanı sıra diğer ulaşım araçlarına da taşınması planlanan bu teknoloji aynı zamanda ülke çapında 1.2 milyon alışveriş noktasında da kullanılabilir. Böylece tek bir kartla tüm işlemler zahmetsiz ve hızlı bir şekilde yapılabilir.

Diğer ülkeler için de model olacak

Cardtek Holding CEO'su Turgut Güney, "Axis Bank Rupay Temassız Toplu Taşıma Akıllı Kartı" projesiyle Hindistan'da "akıllı şehircilik" alanında birçok ilke imza atacağını vurguluyor. Projenin Hindistan'ın diğer şehirlerinin yanı sıra pek çok ülke için de model olacağına inanan Güney, sözlerini şöyle sürdürüyor:

"Türkiye'deki şehir kartı teknolojileri konusundaki deneyimli ekibimiz, Hindistan gibi küresel standartlarda yazılım teknolojisi tedarikçisi rakipleriyle vizyoner bakış açıları sayesinde boy ölçüşür hatta üstünlük sağlar hale gelmiştir. Akıllı şehirleşme ve ödeme teknolojileri alanında öncü çalışmalara imza atan bir ülke olan Hindistan'ın teknolojilerimizi tercih etmesi bizim için büyük gurur kaynağı. Bu projeye kullanıcıların tek bir kartla tüm işlemlerini kolaylıkla, hızlı ve güvenle gerçekleştirebilmeleri için çalıştık. Günümüzün en büyük ihtiyacı olan bu esnekliği dünyanın diğer farklı köşelerine de taşımaya hazırız."





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

Mobil uygulamamız
ile her zaman yanı başınızdayız.



METRO
“Akında Neresi Varsa, Oraya Metro Var”



Işıl Akdemir Evlioğlu



BONUS FLAŞ

Bonus, Bonus Flaş, Garanti Pay, Garantili İşler... Cebinde en az bir Garanti kartı bulunduran 6.5 milyon müşteri, 3.5 milyon Bonus Flaş kullanıcısı, 500 binden fazla üye işyeri... GÖSAŞ Genel Müdürü Işıl Akdemir Evlioğlu, Bonus ekosisteminin müşteri ihtiyaçlarıyla eşleşen yeniliklerle büyümeye devam edeceğini söylüyor...

“PAZAR PAYINDA DA

GÖNÜL PAYINDA DA LİDERİZ”

KAYHAN ÖZTÜRK

GÖSAŞ (Garanti Ödeme Sistemleri A.Ş.), Türk bankacılık sektöründe, özellikle de ödeme sistemlerinde teknoloji geliştirme ve uygulama açısında öncü rol üstlenen, kilometre taşı niteliğinde yeniliklere imza atan bir şirket. Hatırlanacağı gibi, Garanti müşterileri için hızlı, pratik ve güvenli bir ödeme altyapısı sunmak amacıyla 18 yıldır faaliyet gösteren GÖSAŞ (Garanti Ödeme Sistem-

leri A.Ş.) bu yılın başında kaptanını değiştirmişti. Onur Genç'in BBVA'nın Amerika'daki iştiraki BBVA Compass'a CEO olarak atanmasıyla boşalan koltuğa, Ocak 2017 itibarıyla CEO ve Genel Müdür unvanlarıyla Işıl Akdemir Evlioğlu oturmuştu. Öncesinde 5 yıl GÖSAŞ'ın pazarlamadan sorumlu genel müdür yardımcılığını yürüten Evlioğlu'nun, aynı zamanda Bankalararası Kart Merkezi Yönetim Kurulu Üyesi olduğunu belirttim..

Işıl Akdemir Evlioğlu ile ödeme sistemleri dünyasındaki son gelişmeleri, sektörün gündemindeki konuları ve GÖSAŞ'ın yeni hedeflerini konuştuk...

Şirketinizi kısaca tanımlayın dersek, söze nasıl başlarsınız?

Garanti Ödeme Sistemleri A.Ş. (GÖSAS) 18 yıl önce basit bir amaçla, müşterilerine güvenli bir ödeme altyapısı sağlamak için kurulmuş bir şirket. Bu amaç etrafında hep sektöre öncülük eden, yenilikleri sağlayan ve değer enerjileriyle çalışan bir şirket olduk. Bu konuda birçok ilkimiz var. Çağın gereklerini yakından takip ediyor, kendimizi sürekli yeniliklere adapte ediyoruz...

Sizce günümüz dünyası için “çağın gereksinimi” nedir?

Son 3-4 yıldır çağın gereksinimi mobile şekillendi. Mobil hayatımızda önemli bir konuma geldi çünkü, Türkiye’de akıllı telefon penetrasyonu yüzde 65 seviyelerine yükseldi. Bu oran sürekli yükseliyor. 5-6 yıl önce “yüzde 50’leri görür müyüz” diye tartışıyorduk. Akıllı telefonların yüzde 90’ında internet var. Hal böyle olunca bizim hayatımızdaki önceliklerimiz de biraz değişti...

Ne oldu önceliğiniz?

Dijitalleşme ana bir çatı haline geldi. Çünkü müşteri mobilden kartla ilgili her şeye erişmeye başladı. İşlemlerini telefon üzerinden yapmak istiyor. Biz de bu yüzden 2015 yılında Bonus Flaş uygulamasını geliştirdik. Ön yüzü basit ama arka planı çok komplike olan, 2 yıllık bir çalışmanın ürünü. Müşterilerimizin farklı kanallardan yaptığı ödemeleri, kart bilgileri değişikliği ya da SMS ile katıldığı kampanyalarını Bonus Flaş’ta topladık. Bir de kampanya uygulamamız var tabii. Bankacılık ile alışveriş dünyası arasında yer alan bir uygulama bu. Kampanyalar basit görünüyor ama dijitalleşmenin akılla birleştiği platform haline geldi. Son yıllarda kişiselleştirilmiş içerik önem kazanmaya başladı. Bizim kampanya platformumuz da kişiselleştirilmiş olarak çalışıyor. Herkesin gördüğü kampanya sıralaması farklı. Geçmiş harcamalarından yola çıkarak kişiye uygun kampanyaları gösteriyoruz.

Bonus Flaş’ın ne kadar kullanıcısı oldu?

3.5 milyonu geçti. Aktif her dört kart müşterimizden biri Bonus Flaş’ı kullanıyor. 2 yıl dolmadan yüzde 25 penetrasyon oranına ulaştık. 10 milyondan fazla kampanya katılımı Bonus Flaş ile yaptık. Şu anda ana kampanya katılım programımız Bonus Flaş. Öngörülerimizin çok üzerinde bir hızla bu alana kayış oluyor.

Garanti’de dijitalleşmenin Bonus Flaş dışında başka boyutları da var sanırım...

Evet, dijitalleşmenin birkaç boyutu var. Bunlardan biri elektronik ticaret -ki hızla büyüyor. Şu anda kart harcama-



ların yüzde 13’ünü e-ticaret oluşturuyor. Bu oran sürekli büyüyor. Burada da bizim çok yüksek pazar payımız var. Her dört işlemde biri Garanti kartlarıyla yapılıyor. Bugüne kadar elektronik ticaret, bu işi yapan büyük şirketlerin çabalarıyla büyüdü. Ama geldiğimiz noktada güven, hız, kolaylık gibi unsurlar daha fazla büyüme için bariyer oluşturmaya başladı. Hala hiç e-ticaret harcaması yapmamış büyük bir kitle var. “Neden yapmıyorsunuz” diye sorduğumuzda, genelde “Kart numaramı girmek istemiyorum” yanıtı veriliyor. Hem bu sürecin güvenliği hem de işlemin daha kısa sürede, çok daha kolay tamamlanması için Garanti Pay’i geliştirdik...

Tam olarak ne işe yapıyor Garanti Pay?

“Garanti Pay ile öde” seçeneği işlemi çok daha kolay kılıyor. Sadece bir şifre giriyorsunuz ve işlem tamamlanıyor. Kart numarasını girmek gerekmiyor. Gelir İdaresi Başkanlığı (GİB) ödemelerine entegre olmuş tek cüzdan Garanti Pay. Hızlı, güvenli ve kolay olması müşterilerimizin de tercih sebebi oldu. Kısa vadede büyük hacimler yaratmasa da kullanmaktan imtina eden müşterilerimiz için çok önemli.

Bu sistemi bir kere deneyen tekrar tekrar kullanıyor. Şu anda emekleme seviyesinde ama bizce hızla büyüyecek bir ürün. Hiç kampanya yapmamışken bile bu kadar kullanılması önemli. 350 farklı noktada kullanılıyor. Türkiye’de tüm vergi ödemeleri için kullanılan bir altyapısı var. Üçüncü dijital alanımız ise üye işyerleri için geliştirdiğimiz sadakat uygulamalarımız. “Garantili İşler” adında yeni bir platformu devreye soktuk. Çok olumlu dönüşler alıyoruz.

“Artık kart sayısına değil müşteri sayısına bakıyoruz. Müşteri sayısında da gönül payında da pazar lideriyiz. Bonus için ‘Seveni, kullananı, bedavası en bol’ sloganıyla yola devam ediyoruz.”

Garantili İşler ne yarar sağlıyor işyerlerine?

Garantili İşler, Türkiye çapında 500 binden fazla üye işyerine hizmet verdiğimiz bir web platformu. Platforma dahil üye işyerlerimize Türkiye’nin en büyük kart programı olan Bonus’a özel ayrıcalıklar sağlıyoruz. Bu platform sayesinde işlemlerini yakından takip edebiliyor ve bu ayrıcalıkları daha hızlı hayata geçirebiliyorlar. Artık işyerlerimiz kendilerine özel esnek Bonus kampanyaları düzenleyebiliyor ve müşterilerine kolaylıkla duyurabiliyor, iletişimi de Garantili İşler hallediyor. Garantili İşler ile gerek sektör gerekse işyeri özelinde faydalanabildikleri raporlama hizmetiyle müşteri yönetimini de etkin şekilde yapabiliyorlar. Platformdaki farklı raporlama araçları sayesinde cirolarındaki değişimi takip ediyor ve müşterilerinin alışveriş



alışkanlıklarını izleyebiliyorlar. Alışveriş yapan müşterilerinin cinsiyet, meslek, eğitim durumu, yaş, medeni durum gibi bilgilerini içeren detaylı raporlar sayesinde onları daha iyi tanıyorlar. İşyerinden ilk kez alışveriş yapanlar, düzenli alışveriş yapanlar, artık alışveriş yapmayanlar gibi çok önemli müşteri bilgilerine kolayca ulaşabilmeleri gerçekten çok değerli.

Yine Garantü İşler sayesinde işletmeler, aynı sektörde yer aldığı diğer işletmelerin işlem adet ve tutar ortalamasıyla kendini karşılaştırabiliyor, sektördeki durumunu kolayca değerlendirebiliyorlar. Böylece müşterilerini ve sektördeki rakipleri içindeki yerini, gelişimini anlıyor ve yatırım planlamalarında bu verileri de kullanıyor ve aksiyonlarını bu değerlendirmeler ışığında alıyorlar.

Platforma şimdiden binlerce üye işyerimiz giriş yaptı. 250'den fazla kampanyayı hayata geçirdiler. Hem müşterileri kazandı hem de kendileri.

Bu uygulamalar rekabette size nasıl bir avantaj sağladı, pazar payınızı artırdı mı?

Bonus doğduğundan bu yana pazar payı konuşuruz ama

bir de gönül payı kısmı var. Marka önemseydiğimiz bir konu. Markamızı çok seviyoruz. Kuruluş aşamasından itibaren müşteriye dokunmak, "en çok sevilen marka" olmak önceliğimiz oldu. Aldığımız ödüller de bunun en güzel kanıtı.

Pazar payı tabii ki önem verdiğimiz bir konu. Ancak özellikle son 5 yıldır bireysel müşteri sayısına odaklanıyoruz. Çünkü bizim önem verdiğimiz alan perakende ve zaten işin özü de bu taraf... Burada iyi bir müşteri pazar payımız var. Eskiden kart pazar payına bakılırdı, şimdi müşteri pazar payı öne çıktı.

Kart sayısı ve işlem hacmi diye bakılıyordu sanırım...

Evet, eskiden daha çok kartların sayısına bakılırdı. Bankalar da her müşterisine birden fazla kart verebilmek için çırpınırdı. Şimdi sektörün geldiği nokta itibarıyla bu anlayış bitti. Artık cebinde kart olan müşteri sayısına bakıyoruz. Bizim cebinde en az bir Garanti kartı bulunan 6.5 milyon müşterimiz var. Bir müşterinin 10 kartı da olabilir ama biz onu bir müşteri olarak değerlendiriyoruz. Bu konuda da açık ara öndeyiz. Ek kartı iyi veren bir bankayız. Kart alternatiflerimiz çok geniş ama yine de müşteri sayısına bakıyoruz.

Kredi kartında ciro değişkendir. Belirli dönemlerde kampanyalar yaparak bunu artırabilirsiniz ama müşteri sayınız sağlam olursa kampanyadan bağımsız da bir ortalamayı yakalayabilirsiniz. Bizim amacımız genele yayılmak.

10 milyon karta karşılık 3.5 milyon Bonus Flaş kullanımı az değil mi?

Bir marka yaratmak öyle kolay olmuyor. 10 milyondan fazla kredi kartımız var ama kart müşterisi sayımız 6.5 milyon. Bunların yarıdan fazlası da Bonus Flaş'ı kullanıyor. Şimdi 40'lı yaşlardaki insanların anneleri babalarını da ikna etmeye çalışıyoruz. Daha çok genç ve orta yaş grubu uygulamayı iyi kullanıyor. Ama 70 yaşındaki kart kullanıcılarını da buraya entegre etmemiz lazım. Bonus Flaş'ın çok güzel özellikleri var. Örneğin aylık 1000 liradan fazla harcama yapmak istemiyorsan, bir tanımlamayla seni uyaran bir sistem var...

Bankaların tüm bu uygulamalarından insanlar yorulmuyor mu? Sanki bir uygulama yorgunluğu var gibi. Her bankanın 3-4 tane uygulaması var telefonlarımızda...

İnternet bankacılığını aktif olarak kullanan bir kitle var. Bu kitle de artık mobile yöneliyor. Bizim uygulamalarımızın hepsinin ayrı bir fonksiyonu var. Kampanyaları takip edenler, kredi kartı işlemlerini kontrol etmek isteyenler Bonus Flaş'ı kullanıyor. Diğer tüm bankacılık işlemleri içinse Garanti Cep Şube'yi kullanıyorlar. Uygulama yorgunluğu var mı, bence yok. Müşteri seçip kullanıyor. Her müşteri her uygulamayı kullanmıyor. Uygulamalar birbirini destekliyor. Müşteriler de içselleştiriyor.

Sizce kart pazarı belli bir doyuma ulaştı mı?

Regülasyonlar pazarı rehabilite etti. Uygulama süreci ban-



kalar için emek isteyen bir dönem. Regülasyonlarla birlikte bankaların teknolojik ve sistemsel altyapı yatırımları oluyor. Bunlar da maliyetli ve zaman alan çalışmalar. Örneğin, bizim IT departmanımız 6 ay regülasyonların uygulanması için çalıştı. Kart yaşayan bir ürün ve çok fazla temas noktası var. Regülasyonlar bankaların kârlılığını da düşürebiliyor. Tabii ki biz de etkilendik. Limitler, asgari ödeme tutarları, kısıtlanan taksitler... Regülasyonlarla birlikte bankaların yeni müşteri kazanımı da zorlaştı. Bu da bankaların yeni projeler üretmekte eskisi kadar istihlal olmamasına sebep oldu. Regülasyonların olumlu etkileri de oldu elbette. En önemlisi, sektöre sistematik bir fayda sağladı. Eskiden nasıl büyürdük? Birincisi kullanıcı sayısını, ikincisi de POS sayılarını artırırdık. Eskiden nakit yapılan ödemeleri karta kaydırırdık. Yeni nesil ödeme kaydedici cihazlar (ÖKC) ile birlikte esnemeler olacak ve bu esnemeyle birlikte ciro artışı olacağını öngörüyoruz. ÖKC ile zorunlu yeni alanlar oluşturmak durumunda kaldık. Şimdi yazarkasa dönüşümünün genele yayılmasıyla birlikte yeni alanlar oluşacağını öngörüyoruz.

BBVA ile ilişkiler nasıl gidiyor? Özellikle teknoloji tarafından nasıl bir alışveriş söz konusu?

Doğrusu teknoloji tarafında biz BBVA'ya daha fazla katkı sağlıyoruz. Özellikle de ödeme sistemleri tarafında. Bu Türkiye'de sadece Garanti'ye özgü bir durum değil. Ülke olarak ödeme sistemlerinde gerçekten çok ilerdeyiz. Biz de teknoloji tarafında yatırım yapan bir banka olduğumuz için hem teknoloji hem de pazarlama alanında BBVA'ya destek oluyoruz. BBVA'nın da bir mobil cüzdanı var: BBVA Wallet. Her ülkede de o isimle çıkıyor. Bizdeki Bonus Flaş ile en temel farkı, BBVA Wallet'ta kampanyaların olması. Biz onlara destek oluyoruz, iyi çalışan uygulamaları paylaşıyoruz ve onlar da üzerinde değişiklik yapıp değerlendiriyor. Diğer ülkelerde hayata geçen projelerimiz, geçmek üzere olanlar var. İç içe çalışıyoruz ve ilişkilerimiz gayet iyi. Bonus çok basit ama başarıyla uygulanması zor bir örnek. Onun için BBVA tarafı bizim desteğimizle bunu başarılı bir şekilde uyguluyor.

FinTech yatırımlarında da var mısınız?

Garanti Partners aracılığıyla FinTech'lere destek oluyoruz. Aynı şekilde BBVA da globalde önemli FinTech yatırımları yapıyor. Bu konudaki yatırımları BBVA yaparken, biz de onlara çalışma alanları anlamında destek oluyoruz.

Temassız kart tarafı nasıl gidiyor? Üzerinde çok konuşulan ama çok büyümeyen bir alan gibi görünüyor?

 **Garanti**
Başka bir arzunuz?

pay

Bence mobil e birlikte bu alanda da büyüme olacak. Apple, mobil ödeme hizmeti olan Apple Pay'in altyapısını açarsa büyüme çok daha hızlı olur. Ama biz hiçbir zaman "her şey temassız olacak" demedik. Böyle bir beklenti gerçekten hayal ama temassızın da büyüyeceği büyük bir alan var. Örneğin, Garanti Bankası genel müdürlük binasında çalışan arkadaşlarımız bina içindeki hizmet alanlarında yoğunlukla temassız kullanıyor. Bu sayede sıra beklemiyorlar. Çünkü eğitim seviyesi yüksek, ilk kullanım açısından bunu anlayacak bir çalışan profilimiz var. Temassız ödemeyi benimsenmiş, kullanan ve kullanmaya hazır bir kitle var. Bu konudaki çözümlerimiz çok iyi çalışıyor. Örneğin, halen Migros mağazalarında kullanılan Money Bonus kartımız tek başına temassız pazarında büyük bir pazar payına ulaşmış durumda. Alışveriş anındaki en büyük sıkıntı önce sadakat kartının okutulması, sonra



ödemenin yapılması. Money Bonus ile belli bir limite kadar kartınızı okutup şifresiz ödemeyi yapıp geçebiliyorsunuz. Türkiye'de temassız ödemeleri için gidecek çok yol var. Örneğin ulaşımdaki kullanım alt yapısı sınırlı, ilerde çok daha yaygınlaşacaktır.

Üzerinde çalıştığınız yeni teknolojiler var mı? Son zamanlarda yapay zeka ve nesnelerin interneti gibi çok gündemde...

Müşteri ihtiyaçlarıyla eşleştirerek bu yöndeki çalışmalarımızı sürdürüyoruz. En son Bonus Flaş'ı yaptık; yapay zeka değil ama içinde "akıl" olan bir çalışma.

Bu uygulamayı çok zenginleştireceğiz. Bonus Flaş ile örneğin, buzdolabı üzerinden barkod okutup X marketine sipariş verilmesi gibi denemelerimiz olacak. Buradaki sıkıntı, henüz yeteri kadar uygun cihaz olmaması. Ancak şimdiden alıştırma egzersizleri yapılması lazım. Daha basit bir yöntemini bulup bundan keyif alır hale gelirsek olur. Biraz adaptasyon süreci olacak, maliyetlerin de düşmesi lazım. Sonuç olarak müşteri ihtiyaçlarını analiz ederek yenilikler üzerinde çalışmalarımız devam edecek. ☹

"Dijitalleşme, kişiselleştirme ve büyük veri çok önemli. Büyük veri, tüm bu yapay zekanın arka tarafı. Hem müşteri ihtiyaçlarını deneyimlemek hem de gelirlerimizi artırmak için bu konulara çok emek veriyoruz. Ne kadar çok dijitalleşebilirsek o kadar çok verimiz olur. Ne kadar çok verimiz olursa o kadar akıllı olur ve o veriyi daha iyi kullanabiliriz."

MONEY



Avrupa yükseliyor, **FinTech'lerle işbirlikleri artıyor,** kripto paraların geleceği sorgulanıyor

2008'den bu yana her iki yılda bir yayımlanan Global Ödemeler Sektörü İnovasyon Jürisi Raporu'nun (Global Payments Innovation Jury Report) yenilenen ve genişletilen 2017 güncellemesi yayınlandı. Raporda açık API, büyük veri ve veri güvenliği, düzenlemeler ve inovasyona etkileri, mobil ödemeler, kripto para ile blockchain başlıkları hakkında, 37 ülkeden 70 üst düzey sektör yöneticisinin görüşlerine yer veriliyor.

Jüri üyelerinin 46'sı CEO düzeyinde. 24'ü ise farklı üst yönetim kademelerinde yer alan kişilerden oluşuyor. Jürinin başkanlığını ödemeler sektöründe 25 yılın üzerinde tecrübesi bulunan; Visa, First Data, Anthemis gibi önemli firmaların tepe yönetimlerinde yer alan, Avrupa Komisyonu'na karthi ödemeler konusunda danışmanlık yapan John Chaplin üstleniyor. İşte raporda öne çıkan bölümler...



John Chaplin

İnovasyonda bölgesel farklılıklar

"Asya ve Afrika'nın kendilerini yavaşlatacak eskimiş bir sistemleri dahi olmaması inovasyonu bir hoşluktan çok bir gereksinim haline getiriyor."

2017 yılı jürisi Asya'yı bir kez daha ödemeler sektörünün inovasyon merkezi olarak konumlandırıyor. 2008 yılında yayımlanan ilk rapordan bu yana Asya bu konumunu korumayı başarıyor. Çin ve Hindistan liderlik için çekişirken; Hong Kong, Singapur ve Malezya gibi daha küçük pazarlar da hızlı

bir altyapı modernizasyonu içerisinde büyük oyuncular ligine katılmak için büyük çaba harcıyor.

2008'den bu yana listenin sonlarında yer alan Avrupa'nın

Ödemeler sektöründeki girişimlerin başlıca başarısız olma nedenleri



26%

Ölçeklendirilemeyen
İş Modeli



21%

Halihazırdaki
Çözümlere Karşı
Avantaj Sağlayamama



15%

Regülasyonlar



14%

Yetersiz
Fonlama



13%

Aşırı
Rekabet



11%

Kalifiye
Eleman Azlığı

Girişimlerin neden başarısız olduğu üzerinde Uluslararası Juri görüşü

ise güncel raporda dikkat çekici bir sıçrama yaparak ikinciliği ele geçirdiğini görüyoruz. PSD2 (Ödeme Hizmetleri Direktifi) gibi inovasyonun önünü açan düzenlemeler ile Londra, Berlin gibi girişimlere ev sahipliği yapan önemli finansal merkezler, bu performansın başlıca sebepleri arasında gösteriliyor.

Ödemeler sektöründeki girişimler

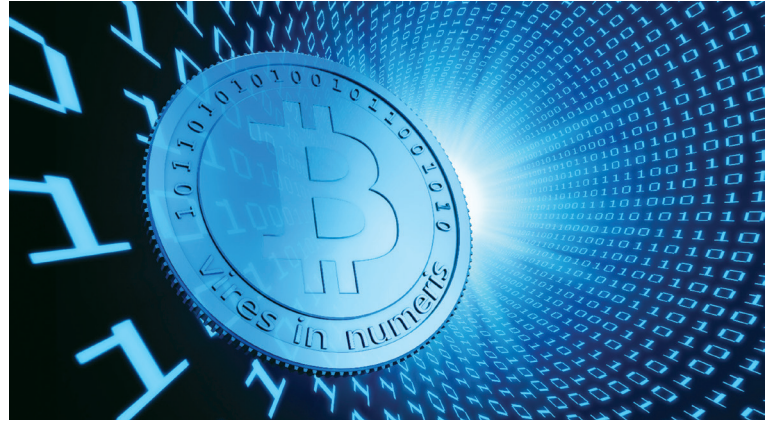
Ödemeler pazarındaki düşük kâr marjı ve kârlılık için yüksek hacim gerekliliği nedeniyle gelişmiş pazarlarda daha çok B2B iş modelleri ön plana çıkarken, birçok ihtiyaca çözüm üretmesi ve kolaylık sağlaması açısından gelişmekte olan pazarlarda B2C iş modelleri dikkat çekiyor.

“Tüketiciyi kazanmak ve elde tutmak zor bir iştir. Şirketlerle iş yapmak ise çok daha kolay bir yoldur.”

Jüri üyeleri, ödemeler sektöründeki girişimlerin başarısız olma sebeplerinin başında, ölçeklenmesi zor iş modelleri izlenmesi ve kullanıcılara yeni bir avantaj sağlanmamasını gösteriyor

Yeni oyuncular ve kurumsal şirketlerin tepkisi

Yeni oyuncuların en fazla tehdit yarattığı alanlar uluslararası para transferleri, çevrimiçi ödemeler ve yerel P2P (kişi-



den kişiye) ödemeler olarak görülüyor.

Girişimlerle yapılan işbirlikleri, inovasyonu yakalama noktasında sektör yöneticileri tarafından en etkili yöntem olarak görülüyor. İç inovasyonun büyük şirketlerde harekete geçirilmesi çok zor. Girişimleri satın alarak inovasyona ayak uydurmaya çalışmak ise genelde girişimin ruhunu öldürme potansiyeli sebebiyle beklenen etkili sonuçları veremiyor. Büyük şirketlerin girişimlerle işbirliği yaptığı durumlarda bile, şirket politikaları veya regülasyon kaygısıyla, çevik girişimlerin önüne çok fazla standart, prosedür ve dokümantasyon gereksinimi çıkarılması kaçınılmaz hale geliyor. Bu durum işbirliklerinin önündeki en büyük engel olarak görülüyor. ➔

Gelişmiş ödeme sistemi firmaları için en iyi inovasyon modeli

Girişimler ile ortaklık	44%
Girişimi devralmak	19%
Şirket içi inovasyon	17%
Kuluçka merkezi kurmak veya inovasyon fonu oluşturmak	10%
Gelişmiş teknoloji tedarikçilerinden çözümler satın almak	10%

Gelişmiş firmaların inovasyon gerçekleştirilmesi için en iyi yöntemler üzerinde Uluslararası Juri görüşü

Ortak çalışmayı engelleyen sebepler

Ticari dökümantasyon ve raporlama gereksinimleri	40%
Büyük ölçekli iş yapmaya hazır olma	17%
Güvenlik çekinceleri	16%
Sorumluluk çekinceleri	14%
Regülasyon	14%

Gelişmiş firmaların ve girişimler arasında ortak çalışmayı engelleyen sebepler üzerinde Uluslararası Juri görüşü

Mevcut oyuncular ile yeni girişimlerin işbirliği seviyesine bakıldığında, katılımcıların yüzde 74'ü, 3 yıl öncesine göre daha çok işbirliği yapıldığını belirtiyor.

“2016 yılında gelişmiş ödeme sistemi firmaları ile ödemeler sektöründeki girişimler sonunda birbirleriyle konuşmaya başladı. 2017 yılında ise bu konuşmaların bir kısmı gerçek ortaklıklarla sonuçlanacaktır.”

Öne çıkan trendler

■ **Açık API:** İnovasyonun önünü açacak bir yöntem olarak görülüyor. Ancak güvenlik ve ana hizmet sağlayıcıların arka plana düşerek marka bilinirliğinin kaybetmeleri en büyük iki risk olarak gösteriliyor.

■ **Veri ve güvenlik:** Bazı katılımcılar büyük veri ve yapay zeka konusunda fraud (sahtekârlık) yakalama ve önleme ile sınırlasa da, müşteri deneyiminin iyileştirilmesi, karar destek mekanizmalarında yer alması, verimlilik sağlanması en önemli kullanım alanları olarak görülüyor.

■ **Regülasyon:** Katılımcıların önemli bir kısmı, bazı alanlarda çok faydalı adımlar atılsa da düzenleyici kurumların inovasyon noktasında destekleyici yaklaşımlarına; bunun



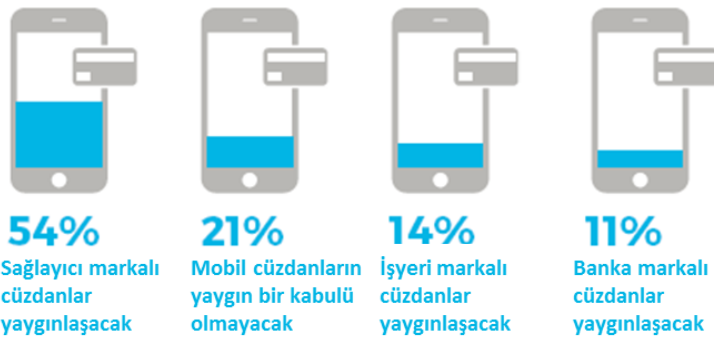
uygun ekonomik çevre yaratmaktan öteye geçmemesi gerektiği görüşünde birleşiyor.

■ **Mobil ödemeler:** Tek banka veya tek üye işyeri mobil cüzdanlarından ziyade teknoloji sağlayıcılar (Apple Pay, Samsung Pay vb) ve büyük ödeme sağlayıcılar (PayPal vb) başarılı olmaya daha yakın görülüyor.

■ **Kripto para birimleri ve blockchain:** Blockchain teknolojisi yükselen trendler arasında yer alırken, bu teknolojinin en büyük etkisinin sermaye piyasaları, hukuk ve ticaret finansmanı alanlarında olması bekleniyor. Ne var ki bu teknoloji, sektörün üst düzey temsilcileri tarafından aynı zamanda en fazla abartılan konulardan biri olarak da görülüyor.

“Düzenlenemeyen ve kontrol edilemeyen bir para birimi düzenleyicilerin tasvip edeceği bir şey değildir ve ekonomi üzerinde ciddi etkileri olabilir.”

Gelişmiş piyasalarda mobil cüzdan için gelecekteki olasılıklar



Gelişmiş piyasalarda mobil cüzdanların başarılı olma olasılığının hangi şekilde olacağı üzerinde Uluslararası Juri görüşü





Turkish Bank UK dünya devleri arasında

Turkish Bank Group'un 43 yıldır İngiltere'de hizmet veren iştiraki Turkish Bank UK, 295 banka arasından BACS Ödeme Sistemleri'ne katılan 18'inci üye oldu...

Turkish Bank Group bünyesinde bulunan Turkish Bank UK, müşterileri için popüler otomatik ödeme seçeneklerine bağımsız ve doğrudan erişebilmek için dünya devlerinin üye olduğu BACS'a katıldı. BACS'ın 18'inci üye bankası olmayı başaran Turkish Bank UK, İngiltere'de faaliyet gösteren 295 banka arasında BACS üyeliğine seçilen ilk sıralardaki bankalar arasında yerini aldı. BACS'a üye olabilmek için gerekli olan yüksek yönetim ve teknik standartları büyük bir başarıyla yerine getiren Turkish Bank UK, projeyi de zamanında bitirerek ayrı bir başarıya daha imza atmış oldu.

6.25 milyar işlem, 4.8 trilyon sterlin işlem hacmi

Birleşik Krallık'taki otomatik ödeme yöntemlerinde takas ve ödemelerin düzenlenmesi yükümlülüğüyle 1968'den beri ödemeyle ilgili hizmetlerin bütünlüğünü koruyan BACS'ın üye listesinde HSBC Bank, Citibank, Lloyds



Bank ve The Royal Bank of Scotland gibi dünyanın önde gelen bankaları yer alıyor.

BACS, 2016 yılında toplam değeri 4.8 trilyon sterlin olan yaklaşık 6.25 milyar işlem gerçekleştirerek bir rekor kaydetti. 2016'da ayrıca, yeni bir rekorla tek bir günde 109.3 milyon otomatik ödeme ve BACS doğrudan kredi işlemi gerçekleşti. Bu, dakikada 117



İ. Hakan
Börteçene

bin ödeme anlamına geliyor.

BACS'tan yapılan basın açıklamasında, Turkish Bank UK'in küçük ölçekli kurumlar arasında bir ilke imza atarak, geliştirilmiş olan en yeni çözümü zamanında ve büyük bir başarıyla hayata geçirerek bu konuda öncü bir rol oynadığına atıfta bulunuldu.

Konuyla ilgili bir açıklama yapan Turkish Bank Group Yönetim Kurulu Başkanı İ. Hakan Börteçene, Londra'da 1974 yılından bu yana faaliyet gösteren Turkish Bank Group'un, İngiltere'deki stratejik genişlemesi kapsamında BACS'a katılmasından büyük bir mutluluk duyduğunu ifade etti. Börteçene, planlandığı şekilde elde edilen bu üyeliğin, müşterilerinin kaliteli hizmetler almaya devam etmesini sağlamak için İngiltere'deki Birincil Ödeme Sistemleri'ne doğrudan üye olma programlarının bir parçası olduğunu belirtti. Bu üyeliğin, Turkish Bank Group'un gelişiminde yeni bir kilometre taşı olduğunu da sözlerine ekleyen Börteçene, "BACS Ödeme Sistemleri'nin üyesi olarak dünyanın dev bankalarının yanında yer almak bu başarının bir diğer prestijli yönüdür. Yüksek yönetim ve teknik standartlar arayan BACS Ödeme Sistemleri'ne üye olabilmek için çok kapsamlı olan bu projeyi zamanında bitirmek de ayrı bir gurur kaynağıdır" dedi. ☺

MANY SOLUTIONS TO MANY COUNTRIES WITH ONE NAME: CARDTEK



www.cardtek.com

SAN JOSE • CHICAGO • TORONTO • ISTANBUL • DUBAI



With well-established product portfolio and more than 15 years of experience in EMV, we provide end-to-end payment solutions in this new and digitalized era. We are also one of the leading players in digital payments, open-loop transit and wearable payment technologies. Our award-winning, scalable and robust solutions work flawlessly with multiple technologies and platforms providing full flexibility that takes away the need of working with multiple vendors, while achieving the highest compliance standards. Since the beginning, we, as Cardtek, have achieved a phenomenal success at 400+ projects of 150+ customers in 25 countries across the globe.

Cardtek is proud to manage more than 100 million cards and 1 million POS devices, globally.

 Transit Solutions  Wearable Technologies  Hardware Solutions





PaybyMe, Rusya'dan sonra Avrupa'da büyüyecek

Ödemelerin hemen her alanında altyapı hizmeti veren PaybyMe, uluslararası bir oyuncu olma yolunda ilerliyor. Lisans zorunluluğu nedeniyle kullanıcı sayısı 300 bini geçen ön ödemeli kart operasyonunu durduran şirket, MENA ve Rusya bölgesinin önemli oyuncularına giriyor. PaybyMe'nin kurucusu Emre Gürsoy, "Bu yıl da Rusça konuşan ülkelerde ofisler açacağız. Önümüzdeki yıl ise Avrupa operasyonlarımızı başlatacağız" diyor...

ESİN GEDİK

Emre Gürsoy, 30'lu yaşlarında bir girişimci. Yaş genç ancak bugüne kadar teknoloji alanında üç şirket kurup büyütüp satmış. 2010 yılında temelini attığı PaybyMe ile Türkiye'nin yanı sıra MENA (Ortadoğu, Kuzey Afrika) ve CIS (Bağımsız Devletler Topluluğu) bölgesinin hatırı sayılır ödeme sağlayıcıları arasında yer alıyor. Şirket, internet üzerinden oyun, sosyal ağ ve dijital ürün satışı yapan iş ortakları için kesintisiz ödeme metodları sunuyor, kredi kartı işlemleri, sanal POS gibi birçok alanda hizmet veriyor.

2010 yılında kurulan ve ilk olarak Türk Telekom (Avea), Turkcell, Vodafone gibi GSM şirketleriyle çalışmaya başlayan PaybyMe, 6 ay içinde hizmet ağını genişletip 14 ülkeye yayılmış. Ortadoğu'da çalışmaya başlayan şirket, kısa zamanda bölgenin en büyük "direct carrier billing" (bedeli cep telefonu faturasına yansıtılan ödeme) servis sağlayıcısı

olmuş. Müşterileri arasında Asia Cell, Batelco, Du, Etisalat, Friendi, Korek, Mobily, Mobinil, Nawras, Oman Mobile, Orange, Qtel, STC, Umniah, Viva, Vodafone, Wataniya ve Zain bulunuyor. Dünyanın en büyük ödeme şirketlerinden biri olan PayPal'ın da 14 ülkede entegratörü olarak çalışıyor. Emre Gürsoy, kurduğu üç şirketi satmış dedik ama eklemekte fayda var, halen yöneticisi olduğu PaybyMe'nin yüzde 51 hissesini de 2014 yılında Malezya'nın en büyük şirketlerinden biri olan MOL (Money Online) satın almış. Aslında bu satışın amacı Nasdaq'a kote olma hazırlıklarını sürdüren Money Online'ın değerlemesini artırmakmış. Yani şirketi, hala kurucusu olan ekip yönetiyor. Gürsoy, "Daha önce yaptığım gibi, belli bir büyüklüğe ulaştırdıktan sonra PaybyMe'deki hisselerimi de satıp çıkabilirim. Ancak bu şirketin logosunu bile ben hazırladım. Belki de kahırım" diyor.

Geniş bir coğrafyada dünya devleriyle çalışmasına karşın

PaybyMe adı Türkiye’de pek bilinmiyor. Gürsoy bu durumu, “Hep altyapı sağlayıcısı olarak kalmayı tercih ettiğimiz için Türkiye’de böyle bir durum var. Ancak MENA bölgesinde müşteriyle daha yüz yüze işler yaptığımızdan marka bilinirliğimiz yüksek. Samsung, PayPal, Facebook gibi büyük şirketlerin ödeme işlemlerini biz sağlıyoruz” diyor.

Ön ödemeli kart, lisans nedeniyle durdu

Aslında PaybyMe, Türkiye’de de tüketiciyle direkt temas eden işler yapmıştı. Anımsayacaksınız, 2013 yılında Türkiye’nin ilk isimli (no-name) ön ödemeli kartını Deniz-Bank ile kullanıcıların hizmetine sunmuştu. Gürsoy, genç kitleye hitap eden ve özellikle oyun gibi dijital içerik ödemesinde kullanılan bu kartın kısa sürede 300 bin kullanıcıya ulaştığını anlatıyor. Özellikle bankacılık enstrümanlarını kullanacak yaşta olmayanlara, ailelerinin “harçlık kartı” olarak verdiği PaybyMe ön ödemeli kartın önce Visa ile çalışmaya başladığını, sonra Mastercard ile de anlaşma yaparak kullanıcı sayısını artırdığını hatırlatan Gürsoy, “2014 yılında bu operasyonu sonlandırmak zorunda kaldık. Biliyorsunuz o tarihlerde regülasyonlar başladı. Bizim de elektronik para lisansımız yoktu. Bu lisansı almak için operasyonu geçici olarak durdurduk” diyor.

Lisans hazırlık sürecinde alternatif ödeme süreçlerine kaydıklarını ve süreçleri basitleştirdikten sonra lisansa başvurmayı hedeflediklerini belirten Gürsoy, bu konudaki çalışmaların sürdüğü bilgisini de veriyor.

Oyun hala en büyük sektör

PaybyMe ön ödemeli kart operasyonunu durdurunca Sanal POS, kredi kartı ödeme gibi alanlara yoğunlaşmış. Gürsoy, “Bu nedenle pazardaki diğer rakiplerimizden ayrılıyor. Sadece tek bir alanda değil, ödemelerin tüm süreçlerinde hizmet ve çözümlerimiz olduğu için daha çok tercih ediyoruz” diyor.

Şirketin özellikle Türkiye’nin doğu ve kuzeyindeki ülkelerde hızlı büyümesinin altında da bu özelliği yatıyor. Gürsoy bunu, “Rusya’da, İran’da ve diğer ülkelerde yerel ödeme araçlarına da altyapı sağlayabiliyoruz, sadece Visa ve Mastercard süreçlerini yönetmiyoruz” sözleriyle açıklıyor.

Şirketin hizmet ağının büyük bölümünü mobil ödemeler oluşturuyor. Sadece e-ticaret siteleri değil dijital içerik satanlar, sosyal ağlar, oyun şirketleri gibi alanlara hizmet veriyorlar. Oyunun hala dünyadaki en büyük pazar olduğunu belirten Gürsoy, şöyle devam ediyor:

“Mobil oyunlar son yıllarda diğer alanlara göre çok hızlı büyüyor. Ancak hepsini monitize edebiliyoruz. Türkiye’de Game Sultan adlı bir şirketimiz bu alanda çalışıyor ve sahada oyunlar için ödeme imkanı veren ürünlerimizi pazarlıyor. Siz de Game Sultan’ı büyük market zincirlerinde görmüşsünüzdür.”

“Avrupalıların gitmediği pazarlara gidiyoruz”

Emre Gürsoy’a neden batı değil de doğuyu tercih ettiklerini de soruyoruz. Yanıtı, “Biz Avrupalı işadammın girmek istemeyeceği, başka bir deyişle giremeyeceği büyüyen pazarları hedefledik. Bu doğrultuda da ilk olarak MENA’ya gittik. Bu ülkelerde iş yapma kültürü çok farklı, dillerinden anlarız diye düşünmemize rağmen biz de çok zorlandık. Bu nedenle Suudi Arabistan’daki ofisimizi kapatıp Birleşik Arap



Emirlikleri’ne taşındık. Orası çalışma ortamı açısından nispeten daha kolay” oluyor.

MENA’dan sonra en büyük ikinci pazar ise Rusya, PaybyMe için. Çünkü orada operatörlere ve bankalara bağlı olarak çalışan tek yabancı şirket konumunda. Rusya’nın bürokrasi nedeniyle zor bir ülke olmasına karşın imza atıldıktan sonra işlerin kolayca yürüdüğünü, sistem olarak Almanya’ya benzediğini söyleyen Gürsoy, “Şu anda orada Samsung, Facebook, Netflix gibi ne kadar yabancı şirket varsa hepsinin bağlantı noktasıyız. Çok sayıda yabancı şirket bizim üzerimizden vergilerini ödüyor” diyor.

Bu noktada vergi konusunu da biraz ayrıntılandırmakta yarar var. Malum aynı sorun Türkiye’de de var. Gürsoy, konuyu şöyle özetliyor: “Evet, Türkiye’de de birçok yabancı teknoloji şirketi, vergi nedeniyle kamuyla sorun yaşıyor. Aynı durum Rusya’da da yaşandı ama onlar bu konuyu çözdü.

Şirket yabancı olsa da yani verisini o ülkede tutmuyor olsa da bir vergi numarası veriyor. Denetimini de bankalara bırakıyor. Banka üzerinden geçen işlemlere bakıyor ve vergisini tahsil ediyor. Ya da bunu

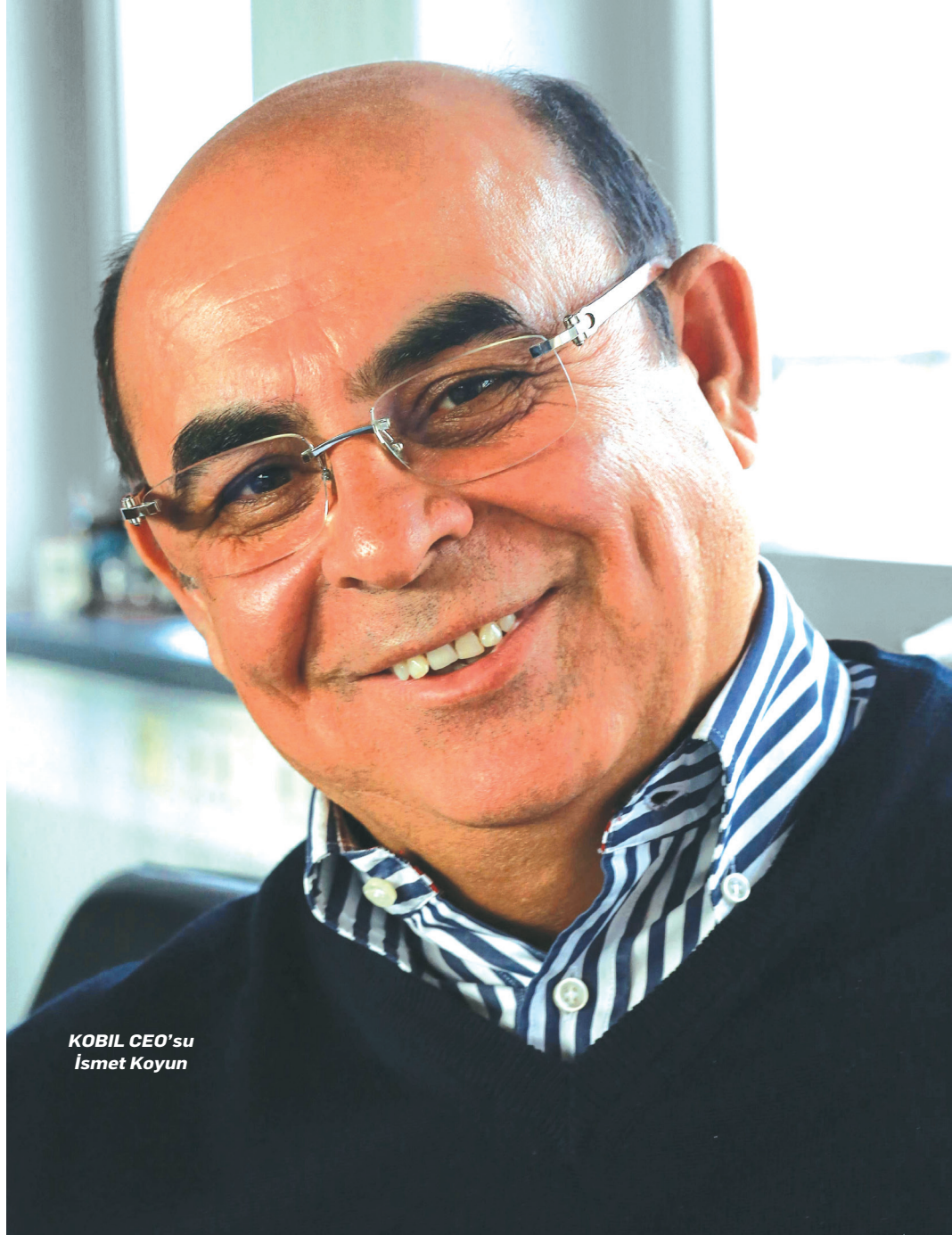
bizim gibi orada yerleşik şirketler üzerinden yapabiliyor. Böylece hem şirketler ülkeyi terk etmiyor hem de kamu vergi kaybı yaşamıyor. Bizim de benzer bir yöntemi kullanmamız gerekiyor.

2018 hedefi Avrupa ülkeleri

PaybyMe ekibi şu sıralar, Rusya dışında Rusça konuşan ülkelerde de ofis açma çalışmalarını sürdürüyor. Ülkelerin ihtiyaçlarını, yasal düzenlemelerini incelediklerini anlatan Gürsoy, “Her ülkenin koşullarına göre hizmet ve çözüm sunduğunuzda daha fazla tercih ediliyorsunuz. ‘Benim ürünüm bu, kullanın’ demek yerine ‘Şuna ihtiyacınız var’ demek bizi avantajlı hale getiriyor. Bu yaklaşımımızı sürdüreceğiz” diyor.

Emre Gürsoy, bu yıl üzerinde çalıştıkları Avrupa pazarına yönelik de şu bilgileri paylaşıyor: “2018 yılında Avrupa operasyonlarına başlayacağız. Başlangıç olarak Almanya, İngiltere, Fransa ve Polonya gibi büyük pazarlara odaklanıyoruz. Burada da her ülkenin alışkanlıkları ve tercihlerine göre stratejiler geliştiriyoruz. Özellikle Avrupa’da uygulamaya başlanan PSD2 (Ödeme Hizmetleri Direktifi), PaybyMe gibi şirketlere ihtiyacı artıracak. Bankaların bu alanda büyük bir talebi var, onu karşılayacağız.”

payby me™



KOBIL CEO'su
İsmet Koyun

Bankalar geleceğın güvenliğini **KOBIL** ile sunuyor

KOBIL, "Digitanium Channel" yaklaşımıyla bankacılıkta güvenliği yeniden tasarlıyor. Open Banking ve PSD2 yönetmelikleri yaklaşırken, KOBIL'in 7 katmanlı zırhı ile bankalar geleceğın güvenlik çözümlerine bugünden ulaşıyor...

Finans dünyası, hızla değişen ve gelişen teknolojilere uyum sağlamak konusunda diğer sektörlerle oranla daha yüksek bir potansiyel sunuyor. Bankacılığın mobile taşınması ve büyük veri alanındaki yeni çalışmalar, finans dünyasını dönüştüren “Open Banking” ve “PSD2” gibi yeni kavram ve yönetmeliklerle birlikte, sektöre dair tüm bilgilerin yeniden tanımlanmasına yol açıyor. Dijital değişimin de öncülüğünü üstlenen finans sektörü, banka ile mevduat sahipleri arasındaki ilişkiyi farklı bir noktaya taşıyacak yepyeni bir kapıyı aralıyor. Başta Almanya olmak üzere, Avrupa’nın birçok ülkesiyle birlikte Türkiye’de de bankacılık ve veri güvenliği alanında faaliyetlerini sürdüren KOBIL, “Open Banking” ile bankaların sahip oldukları müşteri verilerini, üçüncü taraf şirketlerle uygulama arabirimi platformları aracılığıyla güvenli ve gerçek zamanlı olarak paylaşabilmelerini sağlayan, sadece KOBIL’e özgü olan 7 katmanlı bir güvenlik çözümü sunuyor. Avrupa Birliği’nin 2015’te aldığı kararın 13 Ocak 2018’de yürürlüğe gireceğine ve bankacılığın çok farklı bir noktaya doğru ilerleyeceğine dikkat çeken KOBIL CEO’su İsmet Koyun, “Fiziksel bankalar yerlerini sanal bankalara ve üçüncü parti sağlayıcılara bırakırken, müşterilerin talepleri FinTech’ler tarafından karşılanacak. Bankalar dijital kimliğin korunmasındaki en kritik kurumlar. Bugün Türk bankaları ‘AB’ye tabi değilim’ diyebilir ama global saldırıların hedefi halindedir; böyle düşünmeliler. Son zamanlarda bankaların daha fazla saldırıya uğramasıyla birlikte artık güvenlikte de geleceği koruma altına alan üst düzey bir standart oluşturulması gerekiyor” diyor.

“KOBIL olarak bankalara, dijital dünyada titanyum sağlamlığında güvenlik sunuyoruz”

31 yıldır bankacılık sektörüne yönelik çalışmalar yaptıklarını belirten İsmet Koyun, sözlerine şöyle devam ediyor: “Türkiye’de Ziraat Bankası, VakıfBank, Kuveyt Türk ve DenizBank gibi büyük bankalarla birlikte çalışıyoruz. Türkiye’deki her dört mobil banka kullanıcılarından biri KOBIL sistemlerinden faydalıyor ve bu sistemlerle korunuyor. Sadece bankacılık değil hayatın diğer alanlarında da güvenliğin uçtan uca olması gerekiyor. PSD2 standartlarıyla korunmak mümkün, ancak seneye belki bunu daha da artırmak gerekecek. Artık bankalar hesaplarını FinTech’lere açmak zorunda. Bu da çok üst düzey güvenliği ve dijital kimliğin korunmasını beraberinde getiriyor. KOBIL olarak bankalara, dijital dünyada titanyum sağlamlığında güvenlik sunuyoruz. PSD2’ye dikkat etmezseniz oyuncu olmaktan çok seyirci oluyorsunuz. KOBIL, global bir Türk markası olarak bunu yapabilen tek ve ilk teknoloji güvenlik firması. Altyapılarında KOBIL’in çözümlerini kullanan bankalar geleceğin güvenliğini bugünden sunuyor.”

GÜVENLİĞİN 7 KATMANI

- 1 Güvenli ve Akıllı Cihaz:** Cihazın dijital kimliğinin güvenli hale getirilmesi.
- 2 Güvenli Uygulama:** Uygulamanın dijital kimliğinin korunması ve izlenmesi.
- 3 Dijital Akıllı Kart:** Fiziksel olmayan, sanal fakat akıllı kart kullanımıyla gerçek güvenliğin sağlanması.
- 4 Digitanium Channel:** Özel bir KOBIL sunucusu üzerinden kurulan ayrı bir kanalla atakların önlenmesi. Dijital dünyada titanyum sağlamlığında güvenlik.
- 5 Contextual Security (Bağlamsal Güvenlik):** Zamana, duruma ve yere göre bir dolandırıcılığın söz konusu olup olmadığının anlaşılması. Gerçek zamanlı durum ve yer analizinin yapılması.
- 6 Güvenilir Dijital Kimlik:** Etrafınızdaki herkesin kimliğinin, sizinkiyle birlikte koruma altına alınması. Zenginleştirilmiş kimlik anlayışı.
- 7 Dijital İmza:** KOBIL PKI teknolojisiyle son onay kısmı. Dijital imza altyapısı bankaların sistemlerinde mutlaka yer almalı.

KOBIL

secure your identity



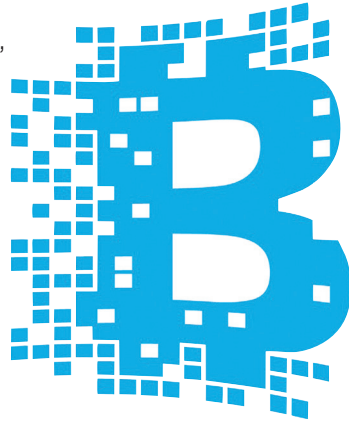
UÇTAN UCA KİMLİK VE MOBİL GÜVENLİK YÖNETİMİ

1986 yılında İsmet Koyun liderliğinde kurulan KOBIL Grubu; akıllı kart, tek kullanımlık şifre ve kriptografi alanındaki öncü çözümleriyle tanınıyor. Dijital kimlik ve yüksek güvenliklili veri teknolojisi denildiğinde de akla ilk gelen şirketlerden biri olan KOBIL, 120 kişilik ekibiyle Worms, Almanya merkezli olarak çalışmalarını yürütüyor.

KOBIL felsefesinin temeli, tüm platformlarda ve iletişim kanallarında uçtan uca kimlik ve mobil güvenlik yönetimi sağlamaya dayanıyor. Güvenlik teknolojilerinde hep daha ileriye hedefleyen KOBIL; Commerzbank, DATEV, Alman Federal Meclisi, Migros Bankası, Societe Générale, UPS, Ziraat Bankası, ING Bank, Yapı Kredi gibi önemli kuruluşlara hizmet veriyor.



Kişi ve kurumlara ait özel bilgilerin, para, evrak gibi değerli varlıkların dışarıdan müdahale olmadan transferini sağlayan blockchain teknolojisi, kısa bir süre sonra birçok günlük işlemi çok daha kolay, hızlı ve güvenli yapmamızı sağlayacak. Bu alanda da öncülüğü finans dünyası yapıyor.



Türkiye'de de birçok banka bu alandaki çalışmalarına hız vermiş durumda. Birçoğu deneme ve araştırma aşamasında ama kullanıma sunanlar da var bu yeni teknolojiyi. Bankacılar, sürecin hızlanması için yasal düzenlemelerin yapılması ve işbirliklerinin artmasını istiyor...

ESİN GEDİK

Önce finans dünyasının gündemine giren, ancak kısa sürede özelliklerinin keşfedilmesiyle tüm ekosistemi etkileyeceği ortaya çıkan blockchain teknolojisi, Türkiye'deki bankaların da ajandasının ilk sıralarında yer alıyor. Blockchain, verilerin bozulmayacak bir blok oluşturacak şekilde bir araya gelmesi olarak özetlenebilir. Sistemde tüm bloklar birbirine bağlı olduğu için herhangi bir veri değişikliğinde diğer blokların da onayı gerekiyor. Böylece birçok dijital işlemin çok daha güvenli, dışarıdan müdahale edilemeden yapılmasına olanak veriyor. Bu güvenli unsuru da haliyle en çok finans dünyasının işini kolaylaştırıyor.

Blockchain uluslararası finans piyasalarına önce ilk sanal para olan Bitcoin'le girdi. Kısa bir süre içinde de dünyanın hemen her ülkesinde üzerinde çalışmaların yürütüldüğü bir platform niteliğine kavuştu. Tüm e-devlet işlemleri, sağlık hizmetleri, e-ticaret, bağış sistemleri, borsa, sigorta

ve bankacılığın birçok alanında, söz konusu kurumlarla iş yapan tüm sektörlerde kullanılacağı öngörüldü.

Evrak, onay gibi süreçleri ortadan kaldırdığı için zaman ve maliyet avantajı da sağlayan blockchain için özellikle ABD, Avrupa ve Uzakdoğu ülkelerinde çok sayıda girişim harekete geçmiş durumda. Birçok banka bir araya gelerek bu sistemi süreçlerine nasıl adapte edeceğini tartışıyor; teknoloji şirketleri kurdukları özel blockchain merkezlerinde onlarca araştırma yapıyor. NASDAQ, Bank of America, Citigroup, Credit Suisse, Deutsche Bank, Goldman Sachs, JP Morgan, IBM, Londra Borsası...

Türkiye finans dünyası da blockchain'le ilgili projeler üzerinde çalışıyor. Kimi yabancı ortağıyla uluslararası arenada olanları izlerken kimi de Türkiye'de oluşturdukları işbirlikleriyle bu treni kaçırmamaya çalışıyor. Hatta birkaç işlemi blockchain üzerinden yapmaya başlayanlar dahi var. PSM olarak bu konuda çalışma yapan bankalarla görüşerek, gelecekte bizi neyin beklediği sorusuna yanıt aradık...

“Bireysel ve kurumsal hayattaki alışkanlıklar değişecek”

Blockchain konusunda özel bir çalışma grubu kurduklarını ve çeşitli kurumlarla işbirlikleri yaptıklarını söyleyen İş Bankası Genel Müdür Yardımcısı Hakan Aran, bu teknolojinin hem bireylerin hem de kurumların kemikleşmiş alışkanlıklarını değiştireceğini ve varlıkların dijital dünyada daha güvenli hale geleceğini öngörüyo. Blockchain teknolojisinin halen yolun başında olduğunu düşünen Aran, dönüşüm yol haritasının öğrenme süreçlerinden sonra oluşturulması gerektiğini öneriyor...

Son yıllarda tüm dünyada finans ve teknoloji sektörünün yakından ilgilendiği blockchain teknolojisi genelde hayati, özeldde bankacılık sektörünü nasıl etkileyecek? İddia edildiği gibi bu etki çok derin mi olacak?

Blockchain, bankacılık gibi sadece belirli bir alanı değil, bireysel ve kurumsal olarak hayatı yaşayış ve iş yapış şeklimizi tüm açılardan etkileme potansiyeli olan bir teknolojiyi ifade ediyor. Kişisel hayata etkisi açısından değerlendirildiğimizde; varlık, güven ve paylaşım kavramlarına getirdiği yeni anlayış sayesinde kimliklerimizin, paramızın, tapu, senet, poliçe ve sözleşme gibi bir değer affettiğimiz varlıklarımızın dijital dünyada yönetiminden yaptığımız bağışların, alım satım işlemleri ve para transferlerinin takibine, girişimimiz için olan sermaye ihtiyacımızı karşılamaktan eserlerimize sahtecilik koruması sağlanmasına kadar birçok alanda yıkıcı yeniliklerin ortaya çıkması bekleniyor.

Bankalar açısından değerlendirdiğimizde, getireceği yeni altyapılar ve akışlarla birlikte özellikle kurumlar arası mutabakat gerektiren işlemlerde basitlik ve verimlilik açısından büyük bir fayda potansiyeli olduğunu düşünüyoruz. Blockchain teknolojisi üzerine inşa edilecek bu yeni finansal altyapılar, günümüzde kemikleşmiş iş modellerini yeniden sorgulamamıza yol açabilir.

Burada göz ardı edilmemesi gereken en önemli husus, blockchain teknolojisinin bankalar açısından önemli bir potansiyele de işaret etmesi. Bu noktada blockchain teknolojisinin etkilerini önümüzdeki 2-3 yıllık süreçte daha iyi anlayıp değerlendirebileceğimizi öngörüyoruz. Bugün için bireylerin ve kurumların iş yapmak için birbirlerini tanımaya ve gü-

venmeye ihtiyaç duymaları sonucu ortaya çıkan tüm aracı kurumların, blockchain teknolojisinin sağladığı aracısız güven ve paylaşım ortamlarını çok iyi anlaması gerektiğini düşünüyoruz.

Bu yeni sistemle birlikte bankacıların günlük iş yapış biçimleri değişecek mi? Hangi uygulama ve gelenekler saf dışı kalacak, hem bankacılar hem de müşterileriniz açısından nasıl bir değişim olacak?

Öncelikli senaryoların dijital veya dijital izdüşümü olan varlıkların transferi ve KYC (know your customer - müşterini tanı) olacağını öngörüyoruz. Buralarda yapılacak değişiklikler, hem iş akışlarını hızlandıracak hem de olağan akışların kapsamında olan gereksinimlerin bazılarını elimine ederek bu akışların maliyetlerini düşürecek. Bu öncelikli alanları takip edecek potansiyel alanların mal ve kaza sigortalarının tazmin süreci, sendikasyon kredileri, otomatikleştirilmiş uyum mekanizmaları olacağını, ancak tüm dünyada olduğu gibi bizde de bu senaryo kümesinin dinamik oluşacağını ve zaman içerisinde farklılık göstereceğini düşünüyoruz.

Oluşturulacak yeni akışlar ve yapılarla birlikte basitlik ve verimlilik açısından bazı kazanımlar elde edilecektir. Özellikle dijital para çıkarma ve para transferlerinde EFT, SWIFT gibi sistemler yerine bu altyapıların kullanımına dair yasal düzenlemelerin hayata geçmesi halinde, hem bankalar hem de müşteriler nezdinde çarpıcı etkiler ortaya çıkacağını öngörüyoruz.

Bankaların blockchain sistemi kullanmaları nasıl bir süreç içinde gerçekleşecek? Dönüşüm zamanı mı yayılmalı, yoksa tüm süreçler aynı anda yeni teknolojiye uygun hale mi getirilmeli?

Blockchain teknolojisi şu anda gerçek anlamda olgunluk dönemine girmemiş, emekleme aşamasında olan bir teknoloji. Bundan dolayı şu andaki kullanım çabalarını deneysel olarak değerlendirmek uygun olur. Bu süreçte yaşanacak dönüşüm, öncelikle kontrollü bir alanda temel olarak ölçümleme ve öğrenme amacıyla gerçekleştirilmeli. Dönüşüm



Hakan Aran

yol haritası ise ancak bu tarz öğrenme süreçleri ile belirli bir aşamaya gelindikten sonra oluşturulmalı. Burada önemli nokta, blockchain teknolojisinin bir “sihirli değnek” olarak görülmemesi gerektiği. Blockchain teknolojisi, birçok alanda dünyayı değiştirmeyi hedeflese de “elinde çekiç olan, her şeyi çivi olarak görür” durumuna düşmemek gerekir. Sonuç olarak, zamana yayılacak bir dönüşüm daha doğru olur.

Konuyla ilgili bazı uzmanlar blockchain teknolojisinin kullanımının uzun zaman alacağı düşüncesinde. Sizin bu konuya bakışınız nedir, dünyada ve Türkiye’de finans sektörünün blockchain’e geçişi nasıl olmalı?

Öncelikli olarak uygulama alanlarının belirlenmesi gerektiği ve hangi teknoloji olursa olsun bir teknolojinin ancak uygun bir problemle birlikte anlam ifade ettiği çok net. Bundan dolayı öncelikle basitleştirilmiş senaryolar kapsamında teknolojinin anlaşılması, ikinci aşamada potansiyel iş senaryolarının değerlendirilmesi, paralel bir şekilde ulusal ve küresel anlamda ekosistemlerin kurulması, yeni regülatif yapıların tasarlanması şeklinde ilerleyecek bir süreç öngörümüz paralelinde gerçek manada kullanımın uzun zaman alacağını söyleyebiliriz.

Birçok ülkede bankacılık sektörünün bir araya gelerek blockchain çalışmalarını başlattığı

haberleri sıklaştı. Türkiye’de durum nedir, bankalar arasında böyle bir işbirliği var mı, olmalı mı?

Türkiye’de bankalar seviyesinde blockchain teknolojisini daha iyi anlamaya yönelik kavram kanıtılamaya çalışmaları son dönemde hız kazanmış durumda. Blockchain teknolojisinin kullanım senaryolarını incelediğimizde, özellikle kurumsal kullanımlarda bir iş ağı yapısına ihtiyaç duyulduğu görülüyor. Bu da bir işbirliğini zorunlu hale getiriyor. Bunun yanı sıra bu birlikteliğin sadece bankalarla sınırlı kalmaması, denetleyici ve yasa yapıcı kurumlarla finansal teknoloji girişimlerini de içine alması gerektiğini düşünüyoruz.

İş Bankası’nın bu alanda yaptığınız çalışmalar ve hazırlıklar hakkında bilgi verebilir misiniz?

Grup şirketlerimiz ve yurtdışı örgütümüz, Bankalararası Kart Merkezi ve Kredi Kayıt Bürosu ile birlikte halihazırda bazı deneysel çalışmalar yürütüyoruz. Bir blockchain çalışma grubu oluşturduk ve şirket içi oylama uygulaması geliştirilmesi yönünde kavram doğrulaması düzeyinde bir çalışma yaptık. Ayrıca bu konuda bir Hackathon etkinliği düzenledik ve olası kullanım senaryolarının neler olabileceğini ortaya çıkarmaya çalıştık. Şimdi değerli birkaç fikri eş zamanlı olarak hayata geçirmeye çalışıyoruz. Bu çalışmalarını işbirlikleri şeklinde yürütmeye özen gösteriyoruz.

YAPI KREDİ

“Daha güvenli ve şeffaf bir yapı sağlayacak”

Blockchain’le ilgili hem yerel hem de uluslararası arenada çalışmalarını sürdüren Yapı Kredi Bankası, ilk verimli sonuçların alınmasıyla birlikte bu teknolojiyi müşterilerinin hizmetine sunacak. Yapı Kredi Bankası Genel Müdür Yardımcısı Yakup Doğan, “Biz bankalar olarak çalışıyoruz ancak bu konudaki regülasyonlara da başlamak gerekiyor” önerisinde bulunuyor...

Blockchain yapısı “kripto” sanal para birimleri ye gündeme geldi. Ancak artık bu teknolojinin çok daha farklı alanlarda kullanılması söz konusu. Yapı Kredi Genel Müdür Yardımcısı Yakup Doğan, bankacılık sektörünün bu yapıyı süreçlerine entegre etmek adına çalışmalarına çoktan başladığını hatırlatıyor. Bu teknoloji sayesinde zaman kaybetüren pek çok prosedürün ortadan kalkacağını düşünen Doğan, sistemin işleyişini şöyle özetliyor:

“Blockchain teknolojisi, merkezi bir mutabakat noktası yerine dağıtılmış bir yapı üzerinde çalışıyor. Aynı anda



Yakup Doğan

tüm taraflar, mutabakat kapsamında paylaşılan verilerden haberdar olabiliyor. Böylece her türlü mutabakat zorunluluğunu, onayı, gözden geçirmeyi, ikincil kontrolü ortadan kaldıracak özelliğe sahip. Blockchain, bu yaklaşımla süreçlerin daha hızlı olmasının yanında daha şeffaf ve güvenli bir yapıyı da beraberinde getiriyor.”

Doğan, tüm bu faydalara karşın çok yeni bir teknoloji olması nedeniyle en iyi kullanım senaryolarının özellikle bankacılık sektöründe küresel anlamda henüz netleşmediğini düşünüyor. Her bankacılık süreci için blockchain teknolojisinin kullanımı gerekli olmayacağını da belirten Doğan, “Ayrıca her banka aynı anda blockchain yapılarının kurulumunu yapacak seviyede değil. Bu nedenle özellikle bazında zaman içerisinde blockchain teknolojilerinin yaygınlaşacağına inanıyorum. Öte yandan, spesifik bazı özellikler için blockchain kullanımının çok hızlı yaygınlaşacağını düşünüyorum. Örneğin ortak müşteri kazanım süreçleri...” diyor.

“Unicredit’in network’ünü de kullanıyoruz”

Doğan’a blockchain teknolojisinin ne kadarlık bir zamanda yaygın kullanılabilir hale geleceğini de soruyoruz. Yanıtı “Yeni bir teknoloji olması ve her finans kurumunun aynı anda bu yapıları kurabilecek seviyede olmaması nedeniyle Türkiye’de ve dünyada gerçek anlamda yaygınlaşmasının zaman alacağını düşünüyoruz. Ancak regülasyonların uygun hale gelmesiyle bazı özelliklerin çok hızlı yaygınlaşabileceği görüşündeyiz. Zaten bu nedenle altyapı çalışmalarımızı hazırlamaya yönelik çalışmalarımız bulunuyor” oluyor. Teknolojiye yatırım yapan tüm bankalar da olduğu gibi

Yapı Kredi de bu teknolojiyi iş süreçlerine dahil etmek üzere çalışmalarına başlamış. Doğan, bu çalışmalarını yaparken dünyadaki trendleri izlediklerini belirterek “Bugün dünyada iki farklı yaklaşım hakim. İlki, blockchain’i öncelikli olarak para transferleri ve ödemeler için kullanmak. İkincisi ise para transferleri dışında kalan daha operasyonel işlemlerin ve kimlik tanıma gibi daha niş özelliklerin blockchain altyapısına taşınması” diyor.

Yapı Kredi olarak her iki yaklaşım üzerine de araştırmalarını sürdürdüklerini açıklayan Doğan’ın bu konuda paylaştığı bilgiler şöyle: “Blockchain üzerine çözüm sunan firmaların bazılarıyla pilot çalışmalar dahi yapmaya başladık. Özellikle kimlik tanıma ve müşteri olma süreçlerinde yeni hayata geçireceğimiz iyileştirmeleri blockchain yaklaşımı üzerine kurguluyoruz. Ayrıca ana hissedarlarımızdan UniCredit ile işbirliği içindeyiz. UniCredit’in üye olduğu blockchain network know-how’ma da erişmemiz mümkün oluyor. Blockchain ile ilgili araştırmalarımızdan gerçekten verimli sonuçlar ortaya çıkmaya başladığı noktada, bu teknolojiyi hayata geçirmeyi ve müşterilerimizle de paylaşmayı hedefliyoruz.”



KRİPTO PARALAR İÇİN DÜZENLEME GEREKİYOR

Bir yandan uluslararası kurumlara işbirliğini sürdüren Yapı Kredi, diğer yandan da blockchain yapısını incelemeye ve bunun üzerinden neler yapılabileceği konusunda araştırmalarına devam ediyor. Yakup Doğan, “Bu teknoloji hangi alanlarda kullanılabilir ve mutabakat noktalarında ikinci kontroller nasıl ortadan kaldırılabilir sorularına odaklanıyoruz. Özellikle akıllı kontratlar ve operasyonel süreçlerde müşterilerimize verdiğimiz hizmeti daha da hızlandıracak çözümler üzerinde çalışıyoruz” diyor.

Doğan’a göre, kripto sanal para birimlerinin yaygın olarak kullanılabilmesi içinse ilgili otoritelerin yasal ve hukuki açıdan gerekli altyapı ve dayanakları oluşturması gerekiyor: “Sonrasında finansal kurumlar olarak biz de ilgili adımları atıyor olacağız. Bazı özellikler için ortak çalışmalar yapılmalı. En basitinden para transferi gibi süreçler bankalararası olduğu için işbirliğine ihtiyaç duyulacaktır. Nitekim şimdiden bu yönde bazı adımlar atılmaya başladı.”

TEB

FinTech Future Four ve Girişim Evi’nde çalışmalar başladı



Gökhan Mendi

TEB Genel Müdür Yardımcısı Gökhan Mendi, her 10 banka yöneticisinden 9’nun blockchain teknolojisini çözmek üzere çalıştığını söylüyor. Kendilerinin de bu alanda yerel ve küresel çalışmalar yürüttüğünü belirten Mendi, “TEB FinTech Future Four TEB Girişim Evi’nde blockchain hazırlıklarımız sürüyor” diyor..

Sizce blockchain teknolojisi genelde hayati özeldir ise bankacılık sektörünü nasıl etkileyecek? Ya da iddia edildiği kadar etkileyecek mi?

Blockchain, diğer birçok teknoloji gibi yeniliklerle birlikte geliyor. Borsadan sigortaya, elektronik oylamadan tedarik zinciri yönetimine birçok alanda hayatımıza girmeye başlayacak. Blockchain’le birlikte bankacılık sistemlerinde de

değişimler bekleniyor. Uluslararası para transferi, borsa işlemleri, sigorta hizmetleri, müşteriye tanıma gibi birçok finansal işlem bu yöntemle daha hızlı ve güvenli yapılabilecek. Dünyada bankacılık toplulukları bu konuda çalışmalarına çoktan başladı.

Bankacıların günlük iş yapma biçimleri değişecek mi? Bankacılar ve müşterilerinin açısından nasıl bir değişim olacak?

Deloitte'un araştırmasına göre, bankacılık sektöründe blockchain'in ilk kullanım alanlarından birisi uluslararası para transferleri, müşterileri tanıma ve istihbarat süreci olacak. Dünyada SWIFT benzeri bir program başladı, bu şekilde uluslararası ödemelerin daha hızlı ve ucuz biçimde yapılması hedefleniyor. Aynı şekilde müşteri tanıma, uyum ve teminatlar gibi farklı kullanım alanlarında benzer blockchain yapılarının kurulması, bankacılıkta hem maliyetleri azaltacak hem de bekleme sürelerini düşürecek.

Bankaların blockchain sistemi kullanmaları nasıl bir süreç içinde gerçekleşecek? Dönüşüm zamanı mı yayılmalı, yoksa tüm süreçler aynı anda yeni teknolojiye uygun hale getirilmeli?

Accenture'in anketi, bankalardaki her 10 yöneticiden 9'unun blockchain teknolojisini keşfetme sürecinde olduğunu söylüyor. Hiç kimse bu fırsatı kaçırmak istemiyor ama yine de bankalar bu yeni teknolojiye daha temkinli bir şekilde adapte olacak. Bankalar bir yandan bu yeni teknolojiyi anlamaya çalışırken diğer yandan da bunu

hangi süreçlerine entegre edebilecekleri konusunda çalışmaya yapıyor.

Bu geçişin tabanda büyük konsorsiyumlarla başlayıp daha sonra genele yayılması bekleniyor. R3 konsorsiyumu da bu amaçla kuruldu ve faaliyetlere başladı. Bu tarz topluluklar, uluslararası para transferi gibi konuların yanında istihbaratın daha rahat paylaşılabilmesi sistemler üzerinde çalışıyor. Böyle bir sistem oluşturulduğunda bankaların Türkiye'deki küresel ortakları da sisteme otomatik olarak dahil olacak. Tabandan başlayan bu gelişme yavaş yavaş bütün bankacılık sektörüne yayılarak büyüyecek. Daha yeni bir teknoloji olduğunu düşündüğümüzde böyle kademe bir geçiş daha sağlıklı olacaktır.

Türkiye'de özellikle küresel ortaklı firmalar bu konuda çalışmalara başlamış durumda. Türkiye'deki kullanımlarının yanı sıra ortak firmaların küreselde oluşturduğu blockchain çemberinin bir parçası olmak için de çalışmaları takip ediyorlar. Türkiye'de de bankalar arasında blockchain yardımıyla istihbarat paylaşımı iyi bir başlangıç olabilir.

Bu alanda yaptığınız çalışmalar ve hazırlıklar hakkında bilgi verebilir misiniz?

Biz de teknolojiyi yakından takip eden ve öncü bir banka olarak, blockchain için hazırlıklarımıza başladık ve konuyla ilgili gelişmeleri yakından takip ediyoruz. Küresel ortaklı bir firmanın parçası olarak, oluşacak sistemde yer almak için çalışmalarımızın yanı sıra yine yerli FinTech'leri desteklediğimiz TEB Fintech Future Four ve TEB Girişim Evi'nde bu alanda çalışan firmalarla bir araya gelerek müşterilerimiz için yeni ve öncü çözümler üretmeyi planlıyoruz.

ABANK

“Hem kamu hem de özel sektör için sıçrama yaratabilir”

Türkiye'de blockchain teknolojisini müşterilerinin kullanımına sunan ilk banka olan ABank, yeni sürprizlere hazırlanıyor. Blockchain'in ekonominin birçok alanında güven unsuru yaratacağına ve maliyetleri düşüreceğine inanan ABank Operasyon ve BT'den Sorumlu Baş Genel Müdür Yardımcısı Tanol Türkoğlu, “Altına hücum dönemi yaşıyoruz, ilk yatırımı yapanlar her zaman en fazla kazanan olacak” diyor...

Finans ve teknoloji sektörünün yakından ilgilendiği blockchain teknolojisi genelde hayati özeldir ise bankacılık sektörünü nasıl etkileyecek?

Blockchain'e önümüzdeki dönemde takip edilmesi gereken başlıca teknolojilerden biri olarak bakılıyor ve sağladığı imkânlarla da bunu gerçekten hak ediyor. Blockchain'in interneti temelden değiştirebileceğini düşünenler bile var. MIT Media Lab Direktörü Joichi Ito'nun da ifade ettiği gibi “İnternetin enformasyon konusuna getirdiği neyse, blockchain de ‘güven’ olgusuna onu getiriyor”. Bankacı-



Tanol
Türkoğlu

lık sektöründe ise her kurumun kendi kuracağı blockchain ağıyla bankalar arası işlemlerde güvenlik, doğruluk ve hız artırılırken; özellikle para ya da belge iletimini gerektiren

uluslararası bankacılık işlemleri açısından, aracı kurum gereksinimi ortadan kaldırılarak, müşterilere daha hızlı ve maliyet avantajı yaratan bir hizmet sunulabiliyor.

Bu bilgiler ışığında bankacıların günlük iş yapma biçimleri değişecek mi? Hem bankacılar hem de müşterileriniz açısından nasıl bir dönem başlayacak?

Blockchain modeli, para veya benzeri herhangi bir “değer”i güvenli bir şekilde bir noktadan bir başka noktaya ulaştırmayı garanti ediyor. Böylece örneğin, bir grup kağıt belgeyi bankasına sunarak işlem yapmak zorunda kalan bir müşteri, o belgeleri blockchain ağında kriptolu dijital hale getirdikten sonra işlemini yapabilecek; fiziksel belge beyanına gerek kalmayacak.

Bir başka örnek vereyim: Bugün “A miktar paranın, B kişinin hesabından C kişinin hesabına gönderilmesi” gibi bir bankacılık işlemi sembolik bir anlama sahip. İlgili belgeler beyan edildiği takdirde yapılması gereken aksiyona (parayı öde gibi) işaret eder. İşlemin türüne göre sembolize edilen bu emir öncesinde ve/veya sonrasında işlemin tamamlanmasını gerektiren bilgi/belgeye gereksinim duyulur. Oysa blockchain ağında beyan edilmesi gereken belgeler de taşınabiliyor. Bu anlamda “işlem” belge beyan etmeyi gerektirmeyecek şekilde, kendi içinde ‘tam’lık değerine ulaşıyor. Bu çerçevede bankacılık süreçleri açısından, bu tür belge kontrolüne dayanan işlemlerde, manuel veya bilgisayar destekli belge kontrolüne gerek kalmayacak.

Benzer şekilde para transferi işlemi de örnek olarak irdelelenebilir. Bugün bir başka ülkedeki bir kişi veya kuruma para transferi yapmak en az iki, hatta dört bankanın işi içine girmesine neden olabiliyor: Gönderici banka, o bankanın muhabir bankası, alıcı bankanın muhabir bankası ve alıcı banka. Blockchain modelinde eğer gönderici ve alıcı aynı blockchain ağının bir parçasıysa, bu aracılar olmadan para transferi gerçekleştirilebilir. Bunu teknoloji jargonunda, “peer-2-peer” modeline benzetebiliriz.

Blockchain modeli, sadece bankacılık değil gündelik hayatımızdaki pek çok sürecin dijital dönüşüme girmesini sağlayabilir. Örneğin emlak alış-verişini düşünelim. Tapunun el değiştirmesi süreci, ilgili bir blockchain ağında, alıcı ile satıcı arasında gerçekleştirilebilir. Vergi, harç ya da diğer yasal herhangi bir hususun arkasından dolaşarak işlemin gerçekleşmesi söz konusu olamayacağı için bu model kamu için de büyük bir avantaj sağlayacaktır. Vatandaş da tapu dairelerinde işlemi gerçekleştirmek için kuyruk beklemeyecektir.

ABank olarak bu konuda çalışmalara başladığınızı kamuoyuna duyurmuşunuz. Neler yapıyorsunuz, ayrıntılarını paylaşabilir misiniz?

Öncelikle işbirliği yaptığımız bankalarla bulut tabanlı hesap defteri teknolojisi kullanarak bir blockchain ağı oluşturduk. İştiraki olduğumuz The Commercial Bank ve grup bankaları Umman Ulusal Bankası (NBO) ve Birleşik Arap Bankası (UAB) ile Mısır ve Hindistan’dan bankalarla kurduğumuz ortaklık sonucu, blockchain’i Türkiye, Ortadoğu ve Doğu Avrupa’da hayata geçiren ilk Türk bankası olduk. ABank olarak pilot faz kabul ettiğimiz bu aşamadan sonra ticaret finansmanı işlemleri üzerine odaklanıp,




blockchain teknolojisini ödemelerin ötesinde, yasal ve ticari belgeleri içerecek şekilde genişletmeyi hedefliyoruz. Tüm ticaret finansmanı işlemleri blockchain ağında gerçekleştirilerek, satın alma siparişleri ve faturaların değişim süreci basitleştirilecek. Blockchain sayesinde uzun süren uluslararası kağıt parkurlarının ortadan kaldırılmasını hedefliyoruz. Bu işin özünde güvenliğin ve hızın artmasının yanı sıra maliyetlerin azaltılması yer alıyor.

Konuyla ilgili bazı uzmanlar blockchain teknolojisinin kullanımının uzun zaman alacağı düşüncesinde. Sizin bu konuya bakışınız nedir, dünyada ve Türkiye’de finans sektörünün blockchain’e geçişi nasıl olmalı?

Blockchain şu an “altına hücum” evresinde. Yani benzer bir iş için dünyada pek çok alternatif blockchain ağları ortaya çıkacaktır. Bunların bir kısmı popülerlik kazanacak, diğerleri ise belki de adını duyurmadan ortadan kalkacaktır. Blockchain yeni bir paradigma! Eğer bu yeni paradigmanın içinde yer almazlarsa kendilerini oyunun dışında bulabilirler. Finans piyasaları diğer sektörler gibi yasal anlamda daha çok düzenlemeye tabi. Yani piyasayı yöneten kamu kurumları ya da devletler bu tür kriptolu dijital modelleri “yasal” olarak kabul etmezse bu model başlamadan sona erer.

Uluslararası piyasalara baktığımızda, ABD kamu yönetimi bu teknolojiyi yakından takip ediyor ve önüne engel çıkarmıyor. 2017’nin ilk yarısında Çin, daha önceki yasakçı yaklaşımını değiştirdi ve blockchain tabanlı uygulamalara, dijital paraların kullanımına yeşil ışık yaktı. Bitcoin ve diğer altcoin’lerin rekor artışları biraz da Uzakdoğu’daki bu değişimle ilgili.

Türkiye, blockchain geçişini bu modelin verdiği sözlerin “kök anlamını” idrak ederek gerçekleştirmeli. “Asgari aracılık” ve “güven” gibi... Bu açıdan değerlendirilirse blockchain, gerek özel sektör gerekse kamu yönetimi için ülkemizin ekonomik anlamda bir sıçrama yapmasını sağlayabilir. Yazılım firmalarını blockchain uygulamalarını geliştirmeyi sağlayan yazılım altyapılarını geliştirmeye özendirmek en kritik husus. Yani blockchain kullanmak otomobil sahibi olmak ve onu kullanarak getiriler elde etmeyi işaret ediyorsa; bu tür yazılımlar geliştirmek, kendi otomobilini üreten ülke olmak anlamına gelir. Unutmamalı ki “altına hücum” döneminde ilk kazananlar “altına hücum edenlere malzeme satanlar”dır. 



BANKALAR İÇİN YENİ GELİR KANALLARI OLUŞACAK

DENİZBANK

Murat Çelik

DenizBank Dijital Kuşak Bankacılık Grubu Genel Müdür Yardımcısı

Blockchain, aynı internet gibi iş yapış şekillerinde ve ekonomide devrim yaratacak bir teknoloji olmaya aday. Türkiye’de henüz göremesek de dünyada blockchain teknolojisi hayatın her alanında rol almaya başladı. Dünyadaki örneklerine baktığımızda finans, tedarik zinciri, ilaç, enerji, gayrimenkul gibi farklı sektörlerde kullanılıyor. Buna ek olarak kamusal alanda da dijital kimlik, oylama, noter işlemleri gibi işlemlerde de kullanılabildiğini görüyoruz. Bu teknolojinin olgunlaşmasıyla hayatımızda veri olan her alanda kullanılabilir hale gelecek. Kitlese etkilerine bakarsak “unbanked” olarak adlandırılan bankayla tanışmamış kitlenin finansal ekosistem içine arada bir aracı olmadan dâhil edilmesinde büyük rol oynayacağı öngörüyoruz.

Blockchain’in yaygınlaşması müşterilerimize ve bankalara daha önce deneyimlenmemiş faydalar sağlayacak. Hem bankalararası işlemler hem banka-müşteri arasındaki işlemler daha hızlı, daha düşük maliyetli ve daha güvenli gerçekleşecek ve sonuçta daha yoğun bir veri ve işlem akışı olacak. Müşteriler doğal olarak yavaş ve masraflı kanalları terk edecek. Bankaların şu an büyük oranda gelirlerini oluşturan bazı kanallar kaybolacak ve yeni gelir kanalları oluşacak. Bu geçiş sürecinde bankaların hızlı aksiyon alabilmeleri için üst yönetim kadrolarının liderliğinde tüm iş



birimleriyle bu değişimi kabullenmeleri ve adapte olmaları kritik.

Rekabet had safhada

Blockchain teknolojisinin farklı dallarının olgunlaşması için önümüzde daha uzun bir yol var. Yine de piyasadaki yoğun ilgi sayesinde süreç hızla ilerliyor. Blockchain teknolojisine adaptasyon sürecinde iş birimleri, IT ve hukuk bölümlerinin beraber hareket etmesi gerekiyor. Özellikle yönetmelik alanında ciddi değişiklikler gerekiyor. Küresel ve lokal bazda blockchain konsorsiyumları çalışıyor. Türkiye’de de devlet ve özel kurumların beraber gerçekleştirdiği çalışma grupları bulunuyor. Türkiye’de bu tarz işbirliklerinin olması

Türkiye’nin küresel blockchain pazarında kendine güçlü bir yer edinebilmesi için önemli. Blockchain üzerine kurulu marketler oldukça dinamik ve değişime açık. Bu sayede tüm ülkelerin, sektörlerin ve hatta bireysel yatırımcıların ilgisini çekmiş durumda. Rekabet had safhada diyebiliriz.

DenizBank olarak blockchain çok yakın takip ettiğimiz bir trend. Şu ana kadar yurtdışında blockchain geliştirme amacıyla toplanmış birçok konsorsiyum ve teknoloji üreticilerle görüşmeler yaptık. İnovasyon ve teknoloji ekiplerimiz konu dahilinde yaptıkları vizyon ve vaka çalışmalarıyla pekiştiriyor. Bu teknolojiyi kurum içinde kullandığımız yapıya pozitif bir etki edecek şekilde katmak istiyoruz. Olgunlaşmış bir blockchain ürünü ya da hizmetiyle halen yürüttüğümüz ve yürütmeyi planladığımız birçok sürece çeviklik katacağımıza eminiz.

İLK ÜRÜNLER ÇIKTIKTAN SONRA HIZLA YAYGINLAŞACAK

**QNB
FINANSBANK**

Kürşad Demirkol
QNB Finansbank Genel Müdür
Yardımcısı

Son zamanlarda yeni nesil yazılım teknolojileri içerisinde en çok dikkat çeken başlıklardan biri olarak gösterilen blockchain, orta ve uzun vadede tüm bireylerin hayatına dolaylı olarak girecek. Bir altyapı teknolojisinden bahsettiğimiz için son kullanıcılar, uzun vadede bu altyapının sağladığı kripto para, daha hızlı ve güvenli küresel ödeme sistemi veya dijital kimlik gibi spesifik ürünler dışında çok fazla etkilenmeyecek.

İlk ve henüz en önemli ürününün Bitcoin gibi kripto bir para birimi olduğu için finansal teknolojilerde kullanım senaryoları daha çok düşünülebilir. Herhangi otorite veya merkezi bir kuruma ihtiyaç duymaması, sistemin kendisinin güvenlik temelli olması, kendi kendini veri tutarsızlığına karşı çoklu ortamlarda koruyucu olması ve finansal bir değer yaratması nedeniyle tüm bankacılık sektörünün ilgisini çektiği görünüyor. Şu aşamada ajandalarda dikkatle takip edilmesi gereken, yenilikçi, heyecan verici ancak belli bir süre daha izlemede kalınacak işler arasında üst sıralarda yer alıyor. Bankacılık sektöründe ilk ürünler piyasaya çıktıktan ve ortak kullanım amaçları yaygınlaştıktan sonra hızla kullanılacağını düşünüyorum.

Bu teknoloji halihazırda yapılan pek çok işlemin de dönüşümünü sağlayacak. Örnekler üzerinden gidecek olursak, eğer kurum ve fatura ödemeleri blockchain teknolojisi



üzerinden olsaydı, kurumlarla mutabakat gibi bir sürece hiç gerek kalmayacaktı. Çünkü dağıtık veritabanı ekosistem içerisinde yer alan ve yetkilendirilen kurum ve bankalar tarafında da olacaktır. Diğer bir örnek olarak, şube de ya da bir kanalda iletişim, adres, gelir gibi bilgileri tek tek almak yerine blockchain üzerinde duran dijital kimlik sistemi olsaydı, müşterimizin onayıyla en son ve en güncel bilgileri her zaman alabilir olacaktık. Hem kullanıcılar her bir müşteri kaydını her bir sistem üzerinde güncellemek zorunda kalmayacak hem de verinin güncelliği ve doğruluğu sağlanacaktı.

İşbirlikleri zaman kaybını önleyebilir

Ancak tüm bunların hayata geçebilmesi için ekosistemin de aynı anda devreye girmesi gerekiyor. Merkezi bir otorite veya bir araya gelecek kurumların liderliğinde, çerçevesi çizilmiş belli konularda ilerlemek süreci çok daha hızlandıracaktır. Bu konuda örneğin, sekiz Çin bankası, ülke bankacılık sisteminin önemli sorunlarından

biri olan makbuz sahteciliğini engellemek ve yeni fırsatlar yaratmak için ortak bir girişimle Shenzhen Blockchain Finansal Hizmetleri ile çalışmaya başladı. Rekabetin olduğu bir sektörde bu ortaklığın tek nedeni küçük ve orta boyutlu firmaların blockchain teknolojisindeki talebi karşılamakta yetersiz oluşuydu. Ülkemizde de ilgili otoritelerin yönlendirmesi veya finans sektöründeki oyuncuların bir araya gelerek sektöre liderlik yapmasıyla hem vakit kaybının önüne geçebileceğimizi hem de daha etkin ürün ve çözümler üretebileceğimizi düşünüyorum.



AKBANK'TAN BİR İLK: YURTDIŞI PARA TRANSFERİNDE BLOCKCHAIN TEKNOLOJİSİ

Akbank, uluslararası para transferinde blockchain teknolojisini kullanarak şeffaflık ve hızı artırıp, maliyetleri düşüren çözümler sunan teknoloji firması Ripple ile anlaşılan ilk Türk bankası oldu. ABD'deki Silikon Vadisi'nde faaliyet gösteren ve küresel para transfer sisteminin yeni platformu olarak nitelendirilen Ripple ile anlaşmanın ilk adımı olarak, Akbank'ın Almanya'da faaliyet gösteren iştiraki Akbank AG üzerinden tüzel ödemeler kapsamında pilot çalışma başlatıldı. İlk işlem de geçen mayıs ayında yapıldı.

Akbank, Ripple işbirliğiyle, tüm dünyada yeni ve gelişen bir teknoloji olan blockchain'i kullanarak, müşterilerine daha hızlı ve daha şeffaf bir şekilde para transferi hizmeti ve müşteri deneyimi sunmayı hedefliyor. Akbank Direkt Bankacılıktan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Tolga Ulutaş, bu yeni hizmetin, hızlı ve esnek yapısı,



uygulanacak masraf ve döviz kurlarını önceden sunabilmesi, muhabir banka masraflarını azaltması, ödemenin takip edilebilir olması ve 7/24 özelliğiyle fark yaratacağını düşünüyor. Ulutaş, "Başta finans sektörü olmak üzere birçok farklı alanda devrim niteliğinde çözümler sunan blockchain teknolojisiyle müşterilerimize yenilikçi dijital ürünler sunmaya devam edeceğiz. Teknolojinin geldiği bu yeni aşamanın, hız ve şeffaflığı artırırken, aynı zamanda maliyetleri de düşürerek finans sektöründe para transferi dahil birçok alanda yeni bir dönem açacağını düşünüyoruz" diyor.

Dünyada bu konudaki gelişmeleri ve finans sektörü ile teknolojiyi birleştiren

FinTech'leri yakından takip ettiklerini belirten Ulutaş, bu şirketlerle yapılacak doğru ve stratejik işbirlikleriyle müşterilerini yeni teknolojilerle buluşturmaya devam edeceklerini sözlerine ekliyor.

Blockchain teknolojisini benimserken tehlikelerden kaçınmayın



Simge Alpargun
IBM Finansal Servisler Satış Lideri

Blockchain yatırımlarından en iyi şekilde yararlanabilmek için kuruluşların en baştan birkaç noktayı içselleştirmesi gerekiyor. Öncelikle, büyük ve iddialı bir stratejinin belirlenmesi arzu edilse de başlangıçta iddiasız bir nokta seçip giderek ölçeği artırmak genellikle daha iyi sonuç veriyor...

1990'ların ortasında internet, Usenet geliştiricilerinin ve Silikon Vadisi atölyelerinin kapalı dünyasının dışına çıkarak herkesin erişebileceği bir noktaya geldi. İnternete ilgi çok büyüktü ve internet üzerinden yürütülen iş modelleri ve uygulamalar adeta patlama gösterdi. Herkes bu yeni teknolojilerin büyük bir dönüşüm yaratacağının farkındaydı ancak o zamanlar internetin tüm potansiyelini anlayabilen kişi sayısı yine de azdı.

Blockchain teknolojisinin de benzer bir süreçten geçtiğini söyleyebiliriz. Bir zamanlar Bitcoin girişimcilerinin son derece teknik ve anlaşılması zor görünen dünyasıyla sınırlı olan blockchain teknolojileri artık açığa çıktı ve ticaret dünyasının ilgi odağı oldu. Geçen yıl girişim sermayesi firmaları ve diğer muhtelif firmalar, blockchain'le ilgili yeni şirketlere 1 milyar ABD Doları'nın üzerinde yatırım yaptı. Bu yıl da benzer çalışmalar için yine benzer tutarda yatırım yapılması bekleniyor.

Dağıtık hesap defterlerinin olağanüstü potansiyeli

Sektör liderleri 10 yıl veya daha uzun bir süre içinde iş dünyasına yön vermesi beklenen bir teknolojiyi kaçırmak istemiyor. Blockchain'lerin yaygın olarak bilinen hali olan dağıtık hesap defterlerinin (distributed ledger), birçok işletme için dünyanın her yerine yayılmış, uzun ve karmaşık tedarik zincirleri de dahil olmak üzere çeşitli piyasa ortamlarında işlemlerin güvenliğini, şeffaflığını ve verimliliğini artırmaya yönelik olağanüstü potansiyeli, bu cazibenin önemli bir unsuru olarak görülüyor. Bugün Michigan'daki bir otomobil yedek parça bayisi, Asya'daki bir üreticinin ödeme-yi göndermesi için haftalarca bekleyebiliyor. Bu süre içinde bu ödemenin, üreticinin mu-

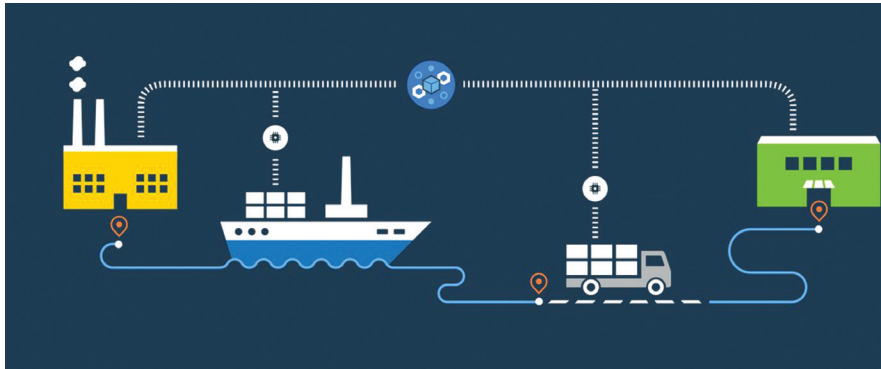


hasebe departmanından bölgedeki bankaya, oradan bankanın genel merkezine ve sonrada karşı tarafın bankasına gitmesi gerekiyor. Ödeme nihayet otomobil bayisinin alacak hesaplarına ulaşıncaya kadar birçok büyük defter, farklı yönlendirme numaraları ve pek çok aracı sürece dahil oluyor. Bu süreç içinde taraflardan herhangi birinin bir sorusu olursa, dönüp evraklara bakılması, sesli mesajlar bırakılıp yanıtlanması ve özel veritabanlarına başvurulması gerekiyor.

Buradan yola çıkılacak olursa, blockchain teknolojisinin bu kadar ilgi görmesi sürpriz değil. Dağıtık büyük hesap defterleri bu tür işlemlerin tüm taraflarda tamamen şeffaf bir biçimde birkaç dakika içinde tamamlanmasını sağlıyor. Yerel bir vergi dairesi denetime geldiğinde işletme onlara ne zaman, hangi tutarlarda ödeme yapıldığını net olarak gösterebilecek. Alıcı yanlış bir SKU (stok bulundurma birimi) gönderildiğini belirtirse, hem alıcı hem de satıcı firma sevkiyatın yapıp yapılmadığını ve ne zaman yapıldığını görmek için işlem kaydını açabilecek.

Hiper hesap defterlerinin gücü...

Aynı derecede önemli diğer bir nokta da en gelişmiş sektör uygulamalarının "hiper hesap defterlerinin" gücünden yararlanması olarak görülüyor. Bu defterler anonim ticari ve sanal para birimlerine dayanmıyor. Bunun yerine şirketlerin, tedarikçilerin ve ortakların, korsanlara geçit vermeyen bir ortamda ortak kayıt tutmalarını sağlayan, bilinen kimliklerin bulunduğu yetkili bir ağ sağlıyor. Ancak tüm blockchain teknolojileri, oluşumları itibarıyla eşit değerlendirilmemeli. İnternet şirketleri patlamasında olduğu gibi, parlak başarılar vaat eden girişimlerden çok daha fazla sayıda



başarısızlıkla sonuçlanan girişim olduğu gerçeğini anlamaları için kuruluşlar büyük yatırımlar yapabiliyor. Hedeflenen sonuçların ve bu hedefi gerçekleştirmek üzere bir araya gelmesi gereken farklı unsurlarla tarafların doğru bir biçimde anlaşılabilmesi, kuruluşların bekledikleri sonuçlara ulaşamamasına neden olabiliyor.

İdeal süreç nasıl olmalı?

Blockchain yatırımlarından en iyi şekilde yararlanabilmek için kuruluşların en baştan birkaç noktayı içselleştirmesi gerekiyor. Öncelikle, büyük ve iddialı bir stratejinin belirlenmesi arzu edilse de başlangıçta iddiasız bir nokta seçip giderek ölçeği artırmak genellikle daha iyi sonuç veriyor. İyi bir senaryonun taşınması gereken özelliklerin başında uygulanabilir olması, gelir artışı veya maliyet tasarrufu odaklı olması ve üst düzey liderlerin desteğini alması geliyor. İkinci olarak, her blockchain platformu aynı hedefler için uygun olmayabilir. Kimileri yüksek değerli, noktadan noktaya işlemler için uygunken, kimileri yüksek hacimli işlemler için uygunluk gösterebiliyor. Kimileri açık kaynaklı platformlara dayalıyken, kimileri sınırlı geliştirici tabanına sahip, patentli dillere dayalı olabiliyor. Gereksinimleri netleştirmek ve bunları karşılamak üzere en uygun teknolojileri belirlemek için BT ekibinin, gerekirse şirket dışından uzmanların ve son kullanıcıların sürece dahil edilmesi gerekebiliyor.



Üçüncü olarak da önemli tedarikçilerin ve müşterilerin sürece dahil edilmesi fayda sağlıyor. İzin verilen defter ortamlarının en heyecan verici yanlarından biri de yarattığı ağ etkileri: Ne kadar çok katılımcı olursa, o kadar yüksek değer elde ediliyor. Bu ekosistemin geliştirilmesinde yine küçük adımlarla başlamak en iyi sonucu getiriyor. Genelde güvenilir bir tedarikçiyle ortaklık kurularak yürütülen bir pilot uygulama kavramsal kanıtı oluşturabiliyor, yeni çalışma yöntemleri sunabiliyor ve göz önünde bulundurulması gereken yasal değişikliklere ve süreç değişikliklerine ışık tutabiliyor.

Son olarak, blockchain teknolojilerinin dinamik olduğunun unutulmaması gerekiyor. Bu teknolojilerde ve uygulamalarda ilerleme hala devam ediyor. Ekiplerin açık bir anlayışla bir projeye başlamaları ve sonuçları uyarlamaya, iyileştirmeye, sonuçlar üzerinde işbirliği yapmaya ve sonuçları ölçüp raporlamaya hazır olmaları gerekiyor. Şirket liderleri böyle bir ortamı yaratmada önemli rol üstleniyor; ekiplere deneme yetkisi vererek onların erken aşamada hatalardan ders almalarına, böylece başarıyı daha hızlı yakalamalarına imkân tanımaları gerekiyor.

İşlem ortamını tamamen yeniden şekillendirme potansiyeline sahip olan dağıtık büyük defterler, çok sayıda tarafın



bulunduğu, karmaşık ortamlarda benzersiz güvenlik ve şeffaflıkla sonuçları hızlandırabiliyor. Kuruluşlar, blockchain yatırımlarına ölçülü bir biçimde yaklaşarak, öğrenme eğrilerini kısaltabiliyor ve başarı olasılığını ciddi ölçüde artırabiliyor.

Akıllı sözleşmelerin daha akıllı hale getirilmesi

Bir işletme yapısını temsil eden, kendi kendini yöneten yazılımların bir parçası olan akıllı sözleşmeler kulağa bir Aldous Huxley romanından bir kesit gibi gelebilir. Ancak kurgu olmayan bu teknoloji, 10 yıldan daha kısa bir süre içinde iş yapış biçimlerinde yerini alacak.

Sözleşme faaliyetlerinin otomatikleştirilmesi, manuel bir müdahale olmadan yasal ve diğer düzenlemelerin uygulamaya geçirilmesiyle işlerin daha verimli yürütülmesini sağlayabilecek. Akıllı sözleşmeler, oluşturuldukları andan itibaren verilerinin değiştirilememesi veya silinememesine bağlı olarak değişmezlik kavramına dayalı olması nedeniyle kişi unsurunun bilerek ya da bilmeden sürece katabileceği tarafılığı ve yanlılığı da azaltacak.

Uzun süredir hakkında konuşulmasına rağmen akıllı sözleşmelerin kavram aşamasından uygulamaya geçişi ancak kısa bir süre önce gerçekleşti. Blockchain platformları yüksek düzeyde güvenli ve şeffaf olan dağıtık büyük defterleri kullanarak mali ve diğer işlemleri depolayabiliyor, doğrulayabiliyor ve uygulayabiliyor. Bu platformlar kimi zaman dünyanın her yerinde geçerli olan akıllı sözleşmelerin yapılmasını sağlayabiliyor. Bunu birkaç dakika içinde ve benzersiz bir düzeyde güvenlik ve şeffaflıkla gerçekleştirebilirler. ☹





Daha kolay ödeme, daha çok ödeme

Chris Skinner, bir blog yazısında CGAP (The Consultative Group to Assist the Poor) adlı dernekten bahsettiğinden beri kendilerini yakından takip ediyorum. Bu dernekte 30'dan fazla uluslararası organizasyon bir araya gelerek, düşük gelirli ülkelerde finansal okuryazarlık konusunda yeni çözümler ve önerilerle insanların hayat kalitelerini artırmaya çalışıyorlar.

CGAP'ın son yayınladığı blog yazılarından birinde yaptıkları bir denemeden bahsediliyor. Gelir düzeyi düşük ülkelerde halk ağırlıklı olarak eski tip cep telefonları kullanıyor ve bunlarla ödeme deneyimi de oldukça zor. Ödeme deneyiminin zor olması cep telefonlarıyla fatura ödeme gibi hizmetlerin yaygınlaşmasını engelliyor. Bu tip telefonlar için daha iyi kullanıcı deneyimi geliştirip bunun ödeme oranlarını etkileyip etkilemeyeceğini araştırıyorlar.

Öncelikle kullanıcıların beklentilerini anlıyor ve bunun için yaptıkları araştırmalarda kullanıcıların ödeme anında karşılarında bir insan olmasını tercih ettiklerini ancak ödemenin de otomatik yapılmasını istediklerini ve ödemenin yapıldıktan sonra sık sık çağrı merkezini arayarak işlemi teyit ettiklerini tespit ediyorlar. Bunun üzerine kullanıcının telefonla bir çağrı merkezini aradığı, ödeme yapmaya hazır olduğunu belirttiği ve karşı tarafın "pull" olarak ifade edilen yöntemle ödemenin başlatıldığı, ödeme tamamlanınca da telefonda teyit verdiği bir sistem kurguluyorlar. Sonuçlar oldukça dikkat çekici:

- Telefonda ödeme yapanların yüzde 13 oranında daha sık ödeme yaptığı ve işlem başına yüzde 23 daha yüksek tutarda ödeme yapıldığı tespit ediliyor.
- Kullanıcıların yüzde 79'unun artık telefonda ödeme yaptığı ve bu oranın gittikçe arttığı belirtiliyor. Avrupa'ya döndüğümüzde ise PSD2'nin (Ödeme Hizmetleri Direktifi) bölgedeki tüm bankaların belirli sistem ve

kısm müşteri bilgilerini üçüncü partilere hatta rakiplerine açmasını zorunlu kılarak sisteme radikal değişiklikler getireceğini görüyoruz. Bu değişiklikler müşterilere bankacılık verilerini kontrol etme, kimin bu verilere erişebileceği ve bu verilere ne yapabileceğine karar verme yetkisini getirecek.

Örneğin, işten çıkıp eve gitmek için bindiğiniz toplu taşıma vakit geçirmek için en çok kullandığımız sosyal medya uygulamanız uzun zamandır beklediğiniz spor saatinin yeni modelinin çıktığını bildiriyor. Uygulamayı açtığımızda finansal açıdan son durumunuzu içeren bir özet size sunuluyor ve mali durumunuza göre alabileceğiniz modeller listeleniyor. Almak istediğiniz saati seçtiğinizde, konum ve cihaz bilgilerinizden işleminiz her zamanki gibi yaptığımız tespit edilerek ve sadece cep telefonunuza göz kırpmanız isteniyor, sonrasında saatiniz yolda, hatta siz eve ulaştığınızda kapıda sizi beklediğini görüyorsunuz.



Özge Çelik
Bankalararası Kart Merkezi
İş Geliştirme Direktörü

6 ayda 8 milyar dolarlık FinTech yatırımı

CB Insights, Global FinTech Report ikinci çeyrek raporunu yayınladı. Rapora göre ikinci çeyrekte FinTech girişimlerine 5.2 milyar dolar yatırım yapıldı. Yılın başından beri yapılan yatırımların tutarı ise 8 milyar dolara ulaştı. Dünyanın her bölgesinde FinTech'lere yapılan yatırımlar artıyor, demek oluyor ki daha bu alanda gidilecek çok yol var. Belki 5 yıl sonra bugün hayal bile edemediğimiz yöntemlerle alışverişlerimizi yapacağız. Ancak en önemlisi gerçekten de son kullanıcıların ne istediğini çok iyi anlayıp elimizdeki tüm teknolojileri (biyometri, yapay zeka, mobil vb) seferber ederek herkesin kullanabileceği dijital çözümler yaratmak.

Küresel FinTech yatırımlarının ilk yarı karnesi belli oldu

Innovate Finance tarafından Pitchbook verileri değerlendirilerek çıkarılan istatistiklerde, yılın ilk yarısında toplam 787 adet risk sermayesi yatırımı gerçekleştiği görülürken, bunun geçtiğimiz yıla oranla yüzde 45'lik bir azalma gösterdiği açıklandı.

Risk sermayelerinden FinTech girişimlerine yapılan küresel yatırımlarda hem yatırım değeri hem de yatırım hacmi açısından birinci sırada yer alan ABD; 2017 ilk yarıyı 357 anlaşmaya dağılan 3,3 milyar dolarlık toplam yatırım değeriyle kapattı.

Geçen yıl sadece ilk 6 ayda gördüğü 7 milyar dolarlık FinTech yatırımıyla tartışmasız lider konumuna gelen Çin ekosistemi; bu yıl aldığı 1 milyar dolar toplam yatırımla ikinci sıraya gerilemiş oldu. Küresel arenadaki en büyük üç FinTech yatırımı ise ABD ve Çin'de gerçekleşti.



Avustralya, nakitsiz topluma bir adım daha yaklaştı

Temassız ödeme servislerinin yaygınlaşmasıyla birlikte, Avustralya için 2016, kart kullanımının nakiti geride bıraktığı yıl oldu. Reserve Bank of Australia (RBA) tarafından 3 yılda bir yapılan Tüketici Ödemeleri Araştırması (CPS) 1.500 katılımcının haftalık yaptığı toplam 17 bine yakın standart ödeme işlemini inceledi. 2016 yılı için yayımlanan araştırma sonuçlarında, kart kullanımını ilk kez nakit ödemeleri geride bıraktı. Bir önceki araştırmanın yapıldığı 2013 yılında nakit ödemeler, tüm ödemelerin yüzde 47'sini oluştururken, kartlı işlemler yüzde 43'te kalıyordu. Üç yıl içinde kartlı ödemelerin oranı yüzde 52'ye yükselirken, nakit ödemeler ise yüzde 37'ye geriledi.

Ortaya çıkan bu tablonun kesinlikle sürpriz olmadığını dile getiren FinTech Australia CEO'su Danielle Szetho, "Avustralyalı tüketicilerin dijital teknolojilerle arası oldukça iyi. Öte yandan Avustralya, dijital POS terminalleri ve temassız kart ödemelerinin en yaygın olduğu ülkelerin başında geliyor," dedi.



Hindistan'da FinTech yüksek lisans bölümü açıldı



Asya'nın en eski borsalarından Bombay Stock Exchange kurumuna ait eğitim kuruluşu BSE Institute, Hindistan'ın ilk FinTech yüksek lisans programını Mumbai Üniversitesi ile birlikte açıyor. Hedefte ise bölgede hızla yükselen FinTech sektörüne yeni yetenekler yetiştirmek var.

FinTech yüksek lisans programına katılan öğrenciler blockchain, kripto para, algoritma eğitimi, siber güvenlik, teknoloji, robo danışman ve sistematik eğitimi gibi dersler alacak. Bölgesel ve küresel rekabette Hindistan'ın da öne çıkabilmesi için makine öğrenimi, yapay zeka ve botlar, nesnelerin interneti ve büyük veri gibi alanlarda da eğitim verilecek. Program kapsamında ayrıca öğrencilere, gerçek çalışma ortamlarında eğitimler uygulanacak. Finans ve mühendislik alanları arasında

ilk defa karma bir eğitim vereceklerini vurgulayan BSE Institute CEO'su Ambarish Datta, hedeflerinin öğrencileri doğrudan sektörde çalışabilir hale getirmek olduğunu açıkladı.

Her gün 4 milyondan fazla işlemin gerçekleştiği dünyanın en hızlı borsalarından BSE, her yıl 150 kursta 10 bine yakın öğrenciye kısa ve uzun vadeli programlarda eğitim sunuyor.

AKILLI TEKNOLOJİLERİ akıllı insanlar kullanmalı

İranlı devlet sanatçısı, ünlü ressam Majid Hodadost nakitle yaşamayı seviyor.

Teknolojinin insanlara rahatlık sağlarken birçok sıkıntıyı da beraberinde getirdiğini düşünüyor.

Ödeme sistemlerindeki yeni ve “akıllı” teknolojiler içinse “Akıllı, bilinçli insanlar kullansın, bence herkese verilmesi yanlış” diyor...



Majid Hodadost

**BERRİN UYANIK
BEKAR**

Azeri Türklerinden. 1975, Tebriz’de doğumlu. Resim yapmaya 10-12 yaşlarında başlamış. Liseyi de üniversiteyi de Tebriz’de güzel sanatlar üzerine okumuş. Ardından Türkiye’ye gelip Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi’nin resim bölümünde eğitim almış. Sonra “sanatta yeterlilik” adına Haliç Üniversitesi’ne kabul edilmiş. İç mimarlık da okumuş ama bu mesleği hiç

icra etmemiş.

Evet, 10 yıldır İstanbul’da yaşayan, tezhip sanatçısı eşi Hale Hanım’la birlikte Üsküdar’da ikamet eden Majid Hodadost’dan (Khodadoust) bahsediyoruz. Farsçanın yanı sıra çok iyi Türkçe ve İngilizce bilen Hodadost’un diğer aile fertleri ise halen Tebriz’de yaşıyor...

Hodadost, ihtilalden sonra İran’da hat, minyatür ve tezhip sanatının gitikçe yayıldığını, el sanatlarına ayrı bir önem

verilmeye başladığını anlatıyor. Resimde de modern ve soyut örneklerin ağırlığı giderek artmaya başlamış. Majid Hodadost, sanat için arayışına, kendisiyle yarışma hiç ara vermemiş. Kavgasını sadece tuvali ve boyasıyla değil kendisiyle de yapmış, halen de buna devam ediyor. “Sanat sanat için mi yoksa halk için mi yapılır” sorusuna da yanıtı net: “Sanatımı halk için yapıyorum...”

Türkiye’deki sergilerinize yoğun katılım olduğunu, resimlerinizin koleksiyonerler tarafından ilgi gördüğünü öğrendik. İran’da da tanınıyor musunuz?

İran’da da eserlerim tanınıyor, biliniyor. Hatta genç yaşta bana “devlet sanatçısı” unvanı verdiler. Orada hocalık da yaptım. Daha üst düzeyde de eğitim vermeme istediler ama kabul etmedim. Çünkü orada hat sanatı daha ön planda. Bense hat ve resmi karıştırarak yeni bir tarz çıkarmaya çalışıyorum. Bunun için Türkiye’yi, İstanbul’u tercih ettim.

İran’da genel olarak resme, sanata ilgi nasıl?

Bizde öğrenciler resimle ilkökul sınırlarında tanışıyor. Ancak hangi alanı seçecekleri lisedeki hocaları tarafından belirleniyor. İran’da seçmeli olarak başlayan resim ve el sanatlarına ilgi çok fazla. Nü resimlerin yanı sıra manzara ve natürlük resimler revaçta. İnkılabtan sonra hat, minyatür, tezhip sanatı giderek yayılmıştı. Orada el sanatları ayrı bir öneme sahip. Giderek modern ve soyut resme de ağırlık verilmeye başladı.

İstanbul’da sanat ve sanatçı için nasıl bir ortam var?

Türkiye dünyanın en kozmopolit ülkesi ve dünyanın kalbi de İstanbul’da atıyor. Burada sanatçılar için çok güzel bir ortam olduğunu düşünüyorum. Aynı şey İran’da da var ama İstanbul ticari, ekonomik, kültürel anlamda bambaşka bir şehir. Burada farklı kültürler kaynaşiyor, bakışlar değişiyor. Farklı insanlarla tanışıyor, arkadaş oluyorum. Böylece dünyanın başka bir yerine gitmeme gerek kalmıyor. Farklı ideolojileri ve bakış açılarını burada görebiliyorum. Açıkçası Türkiye’ye bakış açımı geliştirmek, yolumu değiştirmek için geldim ve burada hiç yabancılık çekmedim. İran’da da bana yol gösteren çok değerli rehberlerim oldu. Yakup Ammepiç, Cevat Nobahar, Mehmet Necefzade ve Javad Süleyman hocalarımın atölyelerinde önce karakter, sonra yağlı boya çalıştım. Sanat büyümeyi, olgunlaşmayı, kendini bulmayı vaat ediyorsa uğruna yıpranmayı, çile çekmeyi göze alıyor insan. Şimdi ülkenizdeyim. Burada çok güzel dostlar buldum. İki sergi açtım. Sergi açmak öyle kolay değil. Tablolarımı müzayedeye teslim ediyorum. Özel galericilerle çalışıyorum. Antikacıardan özel sipariş alarak istedikleri resimleri çiziyorum. Bir yandan çeviriler de yapıyorum. Örneğin, British Museum’daki resimlerinin restorasyonu ile ilgili kitabı İngilizceden Farsçaya çevirdim.

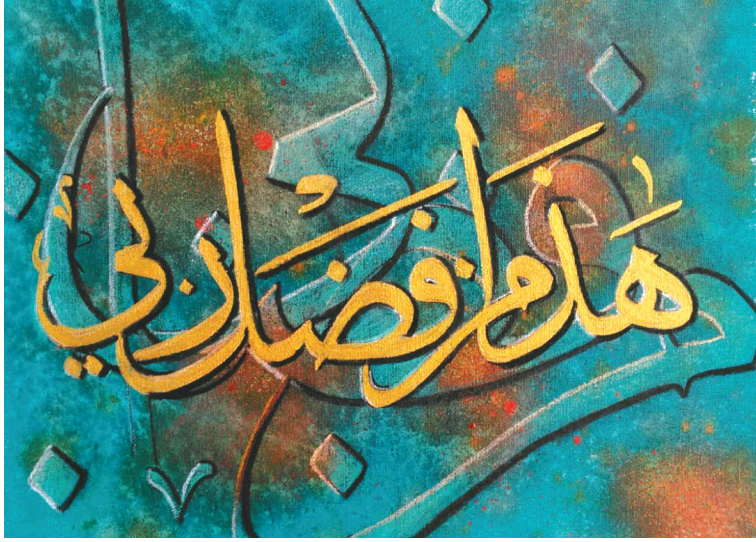
Türkiye’de en çok beğendiğiniz ressam kimler?

Empresyonist resimleri ayırt etmeden seviyorum. Türkiye’de en çok Hacı Ali Rıza, Nazmi Ziya ve Naci Kulmukoğlu’nu beğeniyorum.



Sizce resim yapmak özel bir yetenek mi gerektiriyor? Herkes resim yapabilir mi?

Resim de sanatın bir dalıdır. Aslında dünyayı yöneten sanattır. Bunu kesin ve emin olarak söylüyorum. Çünkü dünyayı modernleştiren; ideolojileri, düşünceleri geliştirip değiştiren sanattır. Hayatımızda ne varsa, örneğin ayağınızın altındaki halıdan üstünüzdeki giysilere, çevremizde gördüğümüz pek çok nesneye herhangi bir şey de sanattır. Çünkü bunlar bir sanatçının elinden çıkmıştır. Bu bir sandalye ya da koltuk da olabilir. Tasarım da sanatın bir bölümüdür. Sanat aslında bir tekniktir. Ancak ressamın “sanatçısı” olabilmek için felsefenizin ve ideolojinizin tekâmüle ermesi gerekiyor. Aslında sanatçı felsefesi olandır. Yoksa resim yapan bir teknik çalışıyordur. ◉



Yani sanatçı ile ressam arasında fark var diyorsunuz...

Evet, ressam ile sanatçı arasında çok fark var. Ressam tekniğini öğrenmiş öyle resim yapıyordur. Sanatçı ressam ise ideolojisi, felsefesi olan, dünyaya bakışı farklı olandır. Sanatçı insanların içerisinde çıkıyor ve aynı peygamber gibi vahiy alıyor. İçindeki ilhamı dışarı çıkarıyor. Normalde insanların göremediğini sanatçı kendi içerisinde yorumlayarak çıkarıyor ortaya. Sanatçı her zaman avangarttır. Ressam da bu sanatçıların içerisinde olan biridir. Teknik öğrendikten ve kendini tekâmüle erdirdikten sonra felsefe ve ideolojisini tamamlayıp, dünya bakışı farklı olduktan sonra sanatını koyar ortaya. İnsanı insan yapan da sanattır. Ama gerçek sanattır. O yüzden herkes ressam olabilir ama sanatçı olamaz. Herkes müzisyen olabilir ama sanatçı müzisyen olamaz. Resimde yetenek, yapıkça çıkıyor ortaya. İnsanın bir konuya ilgisi ve sevgisi varsa gerçekten çalışırsa ressam olabilir. Sanatçı yaratıcı olur. Kalıcı olanlar hislerini de kullanıyordur. Hisler de yaşadığı ortamdan, yaşadığı hayattan, ideolojiden, felsefeden, okuduğu kitaplardan kaynaklanır. Bunların hepsi bir araya geldiğinde de kalıcılığı yaratır. Üniversitelerde öğrenciler teknik öğreniyor, sanat değil. Teknik öğrendikten sonra o his varsa içlerinde sanata dönüştürebilirler. Her ressam sanatçı olamaz. Teknik ressam olabilir.

Bildiğimiz kadarıyla eşiniz de bir sanatçı, o neler yapıyor?

Evet, eşim tezhip sanatçısı. O da Mimar Sinan Üniversitesi'nden mezun. Yeni ve farklı işler yapıyor, beğeniliyor. Yakında bir sergi açmaya hazırlanıyor.

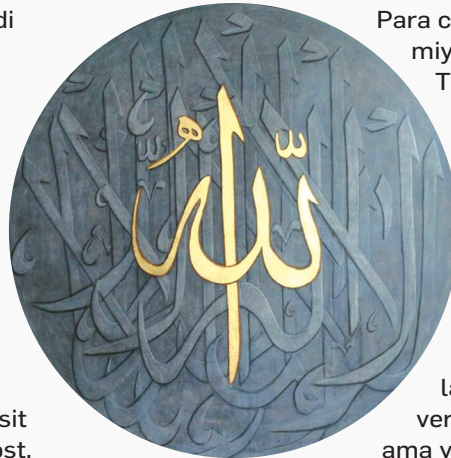
Sizin sergi planlarınızı da öğrenebilir miyiz?

Yakın bir zamanda, menajerim Abdurrahman Kızbaz'ın da yardımlarıyla Borsa İstanbul'da sergi açacağım. Yurtdışında da sergi açmayı düşünüyorum. Dubai'nin yanı sıra Avrupa için bazı farklı projelerim var. ☺

“İRANLI CEBİNDE PARA VARSA TATİLE GİDER”

Majid Hodadost, Türkiye'de kredi kartı yerine nakdi tercih ediyor. İran'da ise para yani banka kartını kullanıyormuş. İran'da sistemin çok farklı olduğunu söylüyor ve örnek olarak buradaki gibi ev alırken kredi çekilmemesini gösteriyor. Mesken Bankası'na belli bir miktarda 4 ay para yatırıyor ve hiç dokunmuyormuşsunuz. 4 aydan sonra ise yatırdığınız paranın iki katı kadar size kredi sağlıyorlarmış. Ardından da taksit ödemeleri başlıyormuş. Hodadost, İranlıların bankacılık sistemine bakışını ise şöyle anlatıyor:

“Bizim insanımız emperyalizme karşı, bankalara borçlanmayı sevmiyor. Olduğuyla yetiniyor. Borçla tatile gideyim 12 taksitle öderim mantığı yok.



Para cebinde varsa gidiyor, yoksa gitmiyor. İran'da 100 kadar banka var.

Türkiye'den çok da ATM var. Ama devlet bankalarına güveniyor, özellere güvenmiyorlar. Çünkü daha önce pek çok insanın parasını alıp gidenter oldu.” Majid Hodadost; gözlük, saat, bileklik, yüzük gibi giyilebilir cihazlarla ödemeye de sıcak bakmıyor. “Adı üstünde, bu tür teknolojileri ‘akıllı’ insanlar kullanmalı. Bence herkese verilmesi yanlış. Teknoloji iyi güzel ama yerinde kullanırsan. İnsanlar neden bu kadar borçlandı sizce? Teknoloji insanlara rahatlıkla birlikte sıkıntı da getirdi. Modernleşme insanları başka türlü rahatsız etti. Ben nakit kullanmayı tercih ediyorum. Bir de para kartımı kullanıyorum, yetiyor” diyor.

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)



Gökhan Haznedaroğlu



EPiN®

Türkiye'deki 20 milyon aktif oyunseverin 3 milyonu internet üzerinden elektronik pin satın alıyor. Epin CEO'su Gökhan Haznedaroğlu, "Doğru konumlandırma, doğru tanıtım stratejileri ve doğru ortaklıklarla bu sayı 3 yıl içerisinde ikiye katlanabilir. Epin olarak bu hedefe yüzde 50 civarında katkı sağlamayı amaçlıyoruz" diyor...



2020'de 6 milyon e-pin kullanıcısı olacak

ABDULLAH
ÇETİN

Adını sunduğu ürün olan "elektronik pin"den (e-pin) alan Epin Ödeme ve İletişim Teknolojileri'nin temeli, 12 yıl önce Murat Yeşilyurt tarafından kurulan www.yesilyurtgame.com sitesine dayanıyor. Yeşilyurt Game (YYG), geçen yıl www.epin.com.tr sitesini satın alarak önemli bir büyüme hamlesine imza atmıştı. 1 Nisan 2017 itibarıyla ise Gökhan Haznedaroğlu, 3 yıllık projeksiyon doğrultusunda planlanan projeleri hayata geçirmek üzere CEO ve Yönetici Ortak olarak firmaya dahil oldu. Haznedaroğlu'nun oyun sektöründe herhangi bir tecrübesi yok. "Ancak önceki kariyerimde ödeme sistemleri büyük bir

yeri sahip" diyor ve şöyle ekliyor: "Bahsi geçen 3 yıllık projelerin temeli farklı noktalara dayanıyor. 2012 yılında CIS (Bağımsız Devletler Topluluğu) bölgesinin en büyük elektronik cüzdanı olan WebMoney'nin ülke direktörlüğüyle başlayan kariyerime ülkemizin ilk ve tek elektronik cüzdanı olan Papara'nın kurucularından biri olarak devam ettim. Şimdi ise bu alandaki tecrübelerimi oyunla birleştirerek, sektöre farklı bir soluk kazandırmayı hedefliyorum."

175 bin oyuncu, günde 3 bin 500 e-pin satın alıyor

Haznedaroğlu, Yeşilyurt Game ve Epin markalarının sitele-



rinde bugüne kadar kayıt olmuş yarım milyon civarında üye olduğunu anlatıyor. Bu üyelerin 175 bin kadarki aktif kullanıcı. Söz konusu sitelerde günlük 3 bin 500 civarında satın alım işlemi yapılıyor. Oyun sektörünün özellikleri gereği bu rakamlar üçüncü ve dördüncü çeyrekte en yüksek noktaya ulaşmış. Yaz aylarında düşüş olduğunu belirten Haznedaroğlu, Türkiye'deki oyun sektörünün büyüklüğüne karşılık bu rakamları oldukça düşük buluyor.

20 milyon oyunsever, milyar dolarlık pazar

Gökhan Haznedaroğlu'nun verdiği bilgilere göre, Türkiye'de 20 milyon aktif oyunsever var. Oyun sektöründeki harcama hacmi içinse 1 milyar dolar gibi rakamlar telaffuz ediliyor. Haznedaroğlu, "Verilerden yola çıkarak ülkemizdeki oyunsever kitlesinin sadece yüzde 15'inin e-pin sisteminden haberdar olduğunu varsayabiliriz. Bu da 3 milyon civarında bir nüfusa denk geliyor. Firma olarak bu rakamın doğru konumlandırma, doğru tanıtım stratejileri ve doğru ortaklıklarla 3 yıl içerisinde ikiye katlanabileceği görüşündeyiz. Daha önce de bahsettiğim 3 yıllık hareket planımızda uygulayacağımız projelerle bu hedefe yüzde 50 civarında katkı sağlamayı amaçlıyoruz" diyor.

Bu hedef doğrultusunda "Her yerde E-pin" sloganıyla çalışmalarına başladıklarını söyleyen Haznedaroğlu, şu bilgileri paylaşıyor: "2-3 aydır agresif bir konumlandırma politikası uyguluyoruz. E-pin markası adı altında e-pin ürününü oyun severlere ulaşılabilecek her alana yaymak için birçok farklı sektörden kurum ve kuruluşlarla görüşmelerimiz devam ediyor. Bunlardan bir kısmıyla anlaşmalar sağlanmış ve entegrasyonlara başlanmış durumda. Kısa süre içerisinde

bu gelişmelerden oyunseverleri haberdar edeceğiz. Şimdilik şunu söyleyebilirim ki e-pin ürününü bankaların mobil ve internet şubelerinden, ATM'lerden, fatura ödeme merkezlerinden, çeşitli mobil uygulamalardan, online satış sitelerinden oyunseverlere sunmaya başlayacağız."

2018'de yurtdışına açılacaklar

E-pin, halen Steam, Microsoft Studios, Hi-REZ, Aeria Games, GooglePlay, iTunes, Looki Games, Nfinity Games gibi birçok global oyun firmasının resmi distribütörü konumunda. Yurtdışına açılmak için fizibilite çalışmalarını başlattıklarını söyleyen Haznedaroğlu, "2018 yılının ilk çeyreğinde, belirlemiş olduğumuz en az 4 ülkede faaliyetlerimizi başlatmayı hedefliyoruz" diyor. ▶

ELEKTRONİK PIN NEDİR, NE İŞE YARAR?

Elektronik pin (e-pin), oyun üreticisi ve yayıncısı firmalar tarafından düşünülmüş ve geliştirilmiş bir ödeme alma yöntemi. Oyunseverler, bu firmaların takip ettikleri oyunları içerisinde bir oyun ürünü ya da oyunun kendisini almak üzere ödeme yapma ihtiyacı duyuyor. Bu ihtiyaçtan yola çıkarak genelde 16 haneli, alfanumerik yapıda olan, 5-10-25-100 TL ya da dolar gibi değerlere sahip olan ve "e-pin" olarak adlandırılan kodlar üretiliyor. Bu e-pinleri satın alanlar da oyun içerisinde harcama yapmak üzere bakiyeye çevirebiliyor.



“İş Bankası'nın GameX'e katılımı önemli bir adım”

Peki bankaların oyun sektörüne bakışı nasıl? Haznedaroğlu'nun bu konudaki değerlendirmesi de şu şekilde: “Bankaların direkt olarak destek verdiklerini söylemek mümkün değil. Bunun nedeninin, dolandırıcılık ve istenmeyen işlemlerden çekinmeleri ve sektöre yön verenlerin kendilerini bankalara tanıtamamış olması olduğunu düşünüyorum. Bu sorunu gidermek için geçen aylarda GameX fuarı yönetimi, sektöre yön veren kurumları ağırladığı bir toplantıya İş Bankası yönetimini davet ederek ciddi bir adım attı. Kendilerini bu inisiyatifleri için tebrik etmek gerekiyor. Bu noktada ödeme sistemlerinden gelmemi de bu kopukluğu giderebilmek açısından bir avantaj olarak görüyorum. Bankaların çekincelerini ve iç sistemlerini doğru şekilde analiz edebildiğinizde kendinizi çok daha doğru şekilde aktarabiliyorsunuz. Bu bağlamda bazı bankalarla görüşmelerimizi yaptık. Şu anda ismini verememekle birlikte Türkiye'deki öncü bankalardan biriyle ciddi anlamda da yol kat etmiş durumdayız. Hedefimiz üçüncü çeyrek içerisinde yapacağımız çalışmaları karşılıklı olarak oyunseverlere duyurmak. Ancak şartlara göre bu dördüncü çeyreğe de kayabilir. Bu inisiyatifle çıkacak başarılı çalışmalardan sonra diğer bankaların da sektörü fark edip destekleyeceklerinden eminiz.”

Alternatif ödeme yöntemi partnerleri

Gökhan Haznedaroğlu'na göre bankaların yanı sıra Pa-

para, PayTR, PayU, HepsiPay gibi alternatif ödeme yöntemlerinin sektör için ciddi önem arz ettiğini düşünüyor. “Unbanking” yani bankacılık kullanmayan oyuncuların sayısının toplamın neredeyse yüzde 40'ını oluşturduğuna dikkat çeken Haznedaroğlu, “Aslında e-pin sistemi, bu kitlenin oyun oynarken küçük bütçelerle de olsa oyun içerisindeki bir ürünü alabilmesini sağlıyor. Oyuncular e-pin kodlarını ilgili oyunda nakde dönüştürebiliyor. Bu aşamada e-pin kodlarının sitelerimizden alternatif ödeme yöntemleriyle alınabilmesi kritik öneme sahip. Örneğin, ödeme yöntemi partnerlerimizden Papara sayesinde üyelerimiz banka ATM'lerinden kartsız işlemle ve çeşitli fiziksel noktalar üzerinden Papara hesaplarına bakiye yükledikten sonra bizim sitemizden oyun e-pini satın alabiliyorlar. Aynı sistemi PayTR ile de uygulamak mümkün. Dolayısıyla firma olarak ülkemizde gelişim gösteren tüm alternatif ödeme yöntemlerini destekliyor ve sitemizde mutlaka ödeme yöntemi olarak kullanıcılarımıza sunmaya özen gösteriyoruz” diyor.

4 bin Faturamatik noktasından da e-pin alınabiliyor

Epin, fiziki noktalara yayılma konusunda ise Faturamatik Fatura Ödeme Merkezi ile anlaşma imzalamış. 4 binden fazla Faturamatik noktasında direkt olarak e-pin satışları başlamış durumda. Böylece oyunseverler, Faturamatik noktalarından birine giderek ilgi duydukları bir oyuna bakiye aktarmak üzere e-pin satın almak için elden ödeme yapabilecek. Faturamatik ile Epin arasındaki API bağlantısıyla, kişinin cep telefonuna e-pin kodu SMS ile geliyor. Epin, yine Gökhan Haznedaroğlu öncülüğünde networking tabanlı bir indirim ve kazanç sağlama sistemi üzerinde çalışıyor. Bu sistem ilk etapta Epin ve Yeşilyurt Game'in internet sitelerinde kullanıma açılacak. Ardından da modül geliştirilip başlı başına bir proje haline getirilecek. Haznedaroğlu, “Böylece bu sistemi diğer e-ticaret firmaları ve hatta restoran, kafe gibi fiziksel noktaların da kullanabileceği bir ürün haline getireceğiz. Bu projenin de dördüncü çeyrek içerisinde hayata geçmesini öngörüyoruz” diyor. ☺

BKM EXPRESS MODÜLÜYLE İSTENMEYEN KARTLI İŞLEMLER ÖNLENİYOR

Peki e-pin kullanımı için belli bir yaş sınırı var mı? Çocuklarının kontrolsüz oyun harcamaları ve benzeri konularda ebeveynlerin yaşadığı sıkıntıları gidermeye yönelik çalışmalar yapılıyor mu? Gökhan Haznedaroğlu, bu konuda şirketinin ve sektörün bakışını şöyle anlatıyor: “E-pin kullanımında resmi bir düzenleme ve yaş sınırı mevcut değil. Bu da sektördeki firmaların daha rahat hareket etmesine yol açabiliyor. Ancak elbette firma olarak bizim istenmeyen işlemlerin gerçekleşmesini önleyecek sistemlerimiz mev-

cut. Özellikle kredi kartıyla e-pin alımları için kendi geliştirmiş olduğumuz sistemle, aileleri zor durumda bırakacak işlemlerin sitelerimiz üzerinden geçmemesi için elimizden geleni yapıyoruz. Gerek BT ekibimiz gerekse de operasyon birimimizin koordineli ve sistemli bir şekilde çalışmaları sayesinde siteleri-mize gelen geri ödeme talebi yüzde 1'in altında. Kendi sistemlerimiz dışarısında bu alanda bize destek verebilecek kurumlarla da anlaşmalar yapıyor, birlikte çalışmalar yürütüyoruz. Örneğin, BKM Express

ile bir anlaşmaya imza attık. BKM Express, sektörümüze yönelik kredi kartlı işlemlerin daha güvenli şekilde yapılabilmesi ve istenmeyen işlemlere daha kapalı olabilmesi için bir modül geliştirdi. Bu sayede bizim sistemimize kayıtlı üyelerin TC kimlik numarası ve telefon numarasıyla, kart sahibinin TC kimlik numarası ve telefon numarasını karşılaştırabileceğiz. Bilgilerin eşleşmemesi durumunda işlem gerçekleştirilmeyecek. Böylece kayıtlı kullanıcının kendi kartını kullandığından daha fazla emin olabileceğiz.”

30 bin çiftçi finansal eğitim alacak

Visa Türkiye öncülüğünde yürütülen Paramı Yönetebiliyorum projesinin çiftçi segmenti de hayata geçirildi. Ocak ayından bu yana 31 ilde 176 köy ziyaret edilerek 13 binin üzerinde çiftçiye birebir eğitim verildi. 2017 sonuna kadar ise 35 ilde 30 bin çiftçiye erişilecek...



Paramı
Yönetebiliyorum

Türkiye'nin 81 iline yayılan finansal okuryazarlık ve bütçe yönetimi projesi "Paramı Yönetebiliyorum", sekizinci yılını tamamlarken etki alanını ve hedef kitlesini büyütüyor. Visa Türkiye, T.C. Kalkınma Bakanlığı, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ve Habitat Derneği'nin oluşturduğu Yürütme Kurulu ve Türkiye'deki 22 bankanın desteğiyle sürdürülen proje kapsamında çiftçi segmenti hayata geçirildi. Ocak ayından bu yana 31 ilde 176 köy ziyaret edilerek 13 binin üzerinde çiftçiye birebir eğitim verildi. 2017 sonuna kadar ise 35 ilde 30 bin çiftçiye erişilmesi hedefleniyor.

Çiftçilere yönelik finansal eğitimlerin tanıtımı, Visa Türkiye Genel Müdürü Merve Tezel, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı Özel Sektör Yöneticisi Hansın Doğan ve Habitat Derneği Başkanı Sezai Hazır'ın katıldığı toplantıyla 19 Temmuz'da Trabzon'da yapıldı.

Paramı Yönetebiliyorum'la gençlere yönelik edindikleri 8 yıllık bilgi birikimi ve deneyimden faydalanarak, çiftçilere ve tarım sektörü çalışanlarına bütçe disiplini kazandırmayı hedeflediklerini belirten Visa Türkiye Genel Müdürü

Merve Tezel, toplantıda şu bilgileri paylaştı:

"Çiftçilerin ve tarım çalışanlarının bireylerden farklı olarak hasat dönemleri doğrultusunda sıklıkla bir yıla yayılan bir matematik problemi var. Aylık düzenli gelirlerinin olmaması, gelir-gider

hesaplamasının uzun vadeli yapılması gereği, borçlanma ve riske karşı korunma gibi konular bunun temelini oluşturuyor. Biz de bu konuların çözümüne katkı sağlamak amacıyla Paramı Yönetebiliyorum projesine çiftçi segmentini dahil ettik. İçerik bu segmentin ihtiyaçlarına özel hazırlandı. Eğitimler ağırlıklı olarak tarım konusunda uzman eğitimciler tarafından veriliyor. Hedefimiz erişimimizi katlayarak büyütme ve yıl sonuna kadar 30 bin çiftçiye ulaşmak."

Tasarruf yapma eğilimi 2 kat arttı

İlk eğitimlerin Hatay'a bağlı 20 köyde gerçekleştirildiğini kaydeden Tezel, eğitimlerin etkisini ölçümlenmek için bu bölgede eğitim alan ve almayan çiftçilerle yapılan araştırmanın sonuçlarını da şöyle değerlendirdi:

"Infakto Research Workshop tarafından yönetilen çalışma, eğitimlerin olumlu sonuçlarını ortaya koyuyor. Paramı Yönetebiliyorum eğitimi alan çiftçilerin yüzde 46'sı harcamalarını biliyor, takip ediyor. Eğitim almayan çiftçilerin ise yüzde 17'si harcamalarına hakim olduğunu belirtiyor. Bu bizim için önemli bir gösterge, çünkü çiftçilerin uzun dönemli bütçe yapmaları gerekiyor ve bunun en önemli şartı da harcamaları düzenli takip etmek. Tasarrufa baktığımızda ise eğitim alan çiftçilerin yüzde 87'si önümüzdeki dönemde tasarruf etmeyi umduğunu söylüyor. Bu oran eğitim almayanlarda yüzde 31 seviyesinde kalıyor. Yani eğitim alanlarda tasarruf yapma eğiliminin, almayanlara göre yaklaşık 2 kat fazla olduğunu görüyoruz."

Eğitim kapsamında bireysel bütçe, aile bütçesi ve işe ait bütçenin ayrı ayrı yönetimi, düzenli harcama kaydı tutma, tasarruf, yatırım, doğru borçlanma ve riske karşı korunma konuları işleniyor. Eğitimler ziraat fakültesi öğrencileri, il ve ilçe gıda, tarım ve hayvancılık müdürlükleri çalışanları, ziraat odaları çalışanları ve çiftçiler tarafından gönüllü olarak veriliyor. ☺



E-ticaret pazarlama stratejileri



Elif Bilge Eder

İnternetin ülkemizde de yaygınlaşmaya başladığı 1990'lı yılların ikinci yarısıydı, Migros Sanal Market yeni açılmıştı. O dönemde de yoğun çalışıyordum ve Migros Sanal Market'in müdavimi olmuştum. E-ticaretle tanışmam hayatımı kolaylaştırmak ve zamandan tasarruf etmek amaçlıydı.

Günümüzde de internetten alışveriş aynı nedenlerle tercih ediliyor; hatta uçak, tatil, otel ya da araç kiralama gibi seyahat harcamalarının çoğu e-ticarete dönmüş durumda.

Türkiye e-ticaret sektörü görünüm ve vizyonu

■ 2017 yılı itibarıyla 5.8 milyar dolar gelir hedefleniyor.

■ 2021 yılına dek yıllık ortalama yüzde 13.4 büyümeyle e-ticaret gelirinin 9.7 milyar dolara çıkması bekleniyor.

■ Pazardaki en büyük segment 2.3 milyar dolar hacimle "elektronik & medya" sektörü.

■ 2017'de internet kullanıcılarının yüzde 54.8'i e-ticaret işlemi yaparken, bu oranın 2021 yılında yüzde 62.8'e çıkacağı öngörülüyor.

■ Mevcutta kullanıcı bazında yıllık gelir 186.42 dolar.

Kullanıcı bazında yıllık gelir karşılaştırması

■ İngiltere'de yüzde 80.9 kullanıcı penetrasyonu ile 2.170 dolar

■ ABD'de yüzde 78.3 kullanıcı penetrasyonu ile 1.734 dolar

■ Japonya'da yüzde 75.6 kullanıcı penetrasyonu ile 1.024 dolar

■ Çin'de yüzde 52.1 kullanıcı penetrasyonu ile 799 dolar

■ Hindistan'da yüzde 16.8 kullanıcı penetrasyonu ile 126 dolar

Kaynak: www.statista.com

Diğer ülkelere baktığımızda, ülkemizdeki penetrasyonun ve kullanıcı bazında gelirin düşük olduğunu görüyoruz. Bu da e-ticaret alanında halen yapılacak çok şey, alınacak çok mesafe olduğunu gösteriyor.

Online mağazanız mı var?

Genelde dışarıdan bakanlar e-ticaretin çok kolay bir iş olduğunu, sayfalarına birkaç ürün koyarak bu işi kıvrabileceklerini düşünüyor. Sektörde gördükleri birçok değerli e-ticaret sitesinin milyonlarca dolara satılmış olması da bu alana girmek isteyenleri özendiriyor değil tabii ki!

E-ticaret çok yönlü bir iş; bir yandan klasik anlayışla işinizi sürdürürken bir yandan da teknoloji ve internet dünyasına adım atmayı, bu alanda uzmanları ekibinize katmayı, bu işe özel yazılımlar ve uygulamalar satın almayı gerektiriyor. Yapılacak işler bunlarla kısıtlı değil elbette; internet trafiğini ve işlek saatleri yönetebilmek, satışı yaptığımız ürünlerin kanal bazında stoğunu takip edebilmek, kargo süreçlerini sistemsel olarak organize edebilmek ve tüm bunların sonucunda müşteri memnuniyetini ve marka bağlılığını sağlayabilmek için püf noktaları.

Marka ve online deneyim

İmaj her şeydir. Bu nedenle online mağazanızın hem görünümü hem de kullanımı markanızı yansıtmalı ve kullanıcı odaklı olmalıdır. Bazen görsel olarak şahane e-ticaret siteleri görüyorum, ancak ürün seçmeye ya da alışveriş sepetine girmeye kalktığım anda yaşadığı deneyim siteyi kapatıp çıkmama neden olabiliyor. Ya da bir alışveriş için bile üyeligi zorunlu koşan ve bir düzine bilgiyi girmenizi isteyen sitelere rastlıyorum, çok zaruri değilse o siteden hızla kaçıyorum.

E-ticaret sitesi markayı yansıtabilecek bir imaj



“ Web sitenize birkaç ‘satın al’ butonu koydunuz diye ziyaretçilerinizin satın alacağını beklememelisiniz.

NEIL PATEL ”

ve kullanıcı deneyimiyle online mağaza alanında uzman profesyonellerce tasarlanmalı bence. Ürünler ince detayları içerecek şekilde fotoğraflanmalı ve hem masa üstü hem de mobil ortamlarda rahatça görünlenebilmeli. Ayrıca mobil ortamlarda tarrayıcıdan girdiğinizde illa mobil uygulama yüklemeniz için sizi defalarca uyarılmamalı diye düşünüyorum.

Ölçümleme ve istatistikler

Raporlama ve ölçümleme olmadan bir işi yönetemezsiniz. Hatta e-ticaret işinde bunun bir kat daha önemli olduğuna inanıyorum. Hangi ürünün çok satıldığını ve bazı çok güvendiğiniz ürünlerin neden dükkânda daha fazla satılıp online’da satılmadığını anlamlandırabilmek için birçok detaya hâkim olmanız gerekir. Bu da ancak o detayda bir raporlama ile mümkün olabilir.

Doğru yerde doğru mesaj

Online mağaza reklam ve yönlendirmelerinizi yaparken, müşteri profillerini ve hedef kitleyi doğru analiz ederek doğru mecraada doğru mesajları vermek oldukça önemli. Bunu yaparken de alanında uzman profesyonellerden destek alınmasının başarıyı da beraberinde getireceğine inanıyorum.



özellikle yüksek fiyatlı ürün satan siteler için daha etkin çözüm sunarken, SEO (arama motoru optimizasyonu) uygulamaları ise düşük fiyatlı ürün siteleri için avantajını koruyor. Ancak yüksek hedefleri olan e-ticaret sitelerinin her iki yöntemi birden uygulaması öneriliyor.

- Web sitesinin hızı SEO sıralamasında önemli bir faktör olduğundan, hızı yüksek siteler daha çok trafik çekiyor ve bu da ziyaretlerin satışa dönmesine olumlu katkı sağlıyor.
- E-ticaret sitelerine yapılan ziyaretlerin satışa dönüş oranı seyahat sektöründe yüzde 2. Perakende sektöründe bu oran yüzde 1.4.
- Ziyaretlerin satışa dönüşme oranları bir önceki döneme göre yüzde 10, ortalama satış tutarları ise yüzde 25 artış gösteriyor.

Global e-ticaret trafiği kimler üzerinden, hangi oranda yönlenecek?

	Google Organik	Google Reklamları	Doğrudan	E-mail	Facebook Organik	Facebook Reklamları	Bing Organik	Yahoo Organik	Diğer
Perakende (%)	43	27	16	6	3	2	1	1	% 1
Seyahat (%)	39	20	23	-	0	0	1	1	% 16
Genel (%)	43	26	17	6	3	2	1	1	% 1

Global e-ticaret trafiği

Şimdi biraz da globalde e-ticaret trafiği nasıl yönlenecek, siteler nasıl daha yüksek trafik alabiliyor buna bakalım.

Wolfgang Digital tarafından 2016’da yayınlanan ve Nisan 2015-Mart 2016 dönemini baz alan “e-Commerce KPI Benchmarks” raporuna göre;

- Google, e-ticaret trafiğinin yüzde 69’unu dağıtıyor ve toplam gelirin yüzde 67’sini elde ediyor.
- Facebook önceki döneme nazaran e-ticaret trafiğindeki payını 4 kat artırarak yüzde 1.3’ten 5’e çıkarıyor.
- E-mail pazarlama yüzde 6’lık pay ile halen sosyal medyadan daha işlevsel.
- Google AdWords, trafiği yönlendirme anlamında oldukça üstün. Raporda yapılan analize göre, Google AdWords

Tabloya bakıldığında, Google’ın toplam e-ticaret trafiğinin yüzde 69’unu yönlendirdiği görülüyor. Eğer e-ticaret yapıyorsanız SEO marketing’in yanı sıra artık internet reklamlarına da ağırlık verilmesi gerektiği göze çarpan bir husus. Kullanıcıların siteye doğrudan giriş yapabilmeleri için konvansiyonel reklamların ihmal edilmemesi gerektiğini düşünüyorum. Diğer yandan müşterinin posta kutusuna doğrudan erişerek e-mail pazarlama yapmaya devam edilmesi en çok bilinen ve halen etkili olduğuna inandığım yöntemlerden. E-mail pazarlamayla kampanyalarınızı, özel günler için düzenlediğiniz indirim günlerini, müşteriye özel kuponları, ekstra taksitli satışları müşterilere haber vererek markanın ve ürünlerin hatırlatılması faydalı olacaktır.



DİJİTAL DOĞANLARA ne kadar hazırsın

Baby boomer'ı, X'i, Y'yi unutun; asıl kuşak çatışmasını Z yani "dijital doğanlar" yaşatacak. 10 yıl sonra Türkiye tüketici nüfusunun yarısını dijital doğanlar oluşturacak. Peki şirketler bu kuşağı anlamak, onların beklenti ve ihtiyaçlarını karşılamak için ne yapıyor? Dijital doğanlar geleceği nasıl şekillendirecek?

Son 20 yıldaki teknolojik gelişmelerle birlikte modern insanın yaşam tarzında önemli değişimler oldu. Son yıllarda bu dönüşümün geldiği nokta ise eski bir tabir olan "kuşak çatışması"ni daha da derinleştirecek gibi görünüyor.

Bugünün markalarını yöneten ve stratejilerini belirleyenler X ve Y kuşağının üyeleri. Onlar için en önemli konulardan biri ise 2000 sonrasında doğan ve Z kuşağı olarak adlandırılan yeni nesli anlamak. Dış kaynak CRM (müşteri ilişkileri yönetimi) ve çağrı merkezi hizmeti servis sağlayıcısı Teleperformance'ın Türkiye CEO'su Engin Utkan'a göre, bugünü ve yarını değiştirecek olan Z kuşağını yani "dijital doğanları" anlamak her şeyden önemli hal geldi.

Onları her yerde görüyoruz. Otobüste bir yandan kablo-suz kulaklığıyla müzik dinlerken, diğer yandan akıllı telefonunda bir şeyler yazan, bulunduğu ortamdan tamamen soyutlanmış bir öğrenci. Ofiste bilgisayarınız çöktüğünde teknik servise ihtiyaç bırakmayan bir yaz stajyeri. Bir bilgisayar oyununu sizden çok daha kısa sürede öğrenip fark atarak sizi alt edebilen çocuğunuz. Başka bir ülkede doğan, henüz görmediğiniz ama Facebook mesaj grubunda sık sık paylaşılan bebeklik fotoğraflarıyla gelişimini takip ettiğiniz yeğeniniz...

Evet, onların hepsi birer "dijital doğan". X veya Y kuşağı gibi dijital göçebe değil, tamamen yerliler. İnternete bağlı her cihaz kullanma konusunda doğuştan gelen bir yetenekleri var.

“Her şeyi dokunarak yönetmek istiyorlar”

Farklılığı herkesin kabul ettiği bu yeni nesle farklı bir bakış açısıyla yaklaşmak gerekiyor. Utkan, dijital doğanları anlamının bireyler için sosyal hayatlarında olduğu kadar, iş yaşamlarında da çok önemli olduğunu düşünüyor: “Konu salt teknolojiyi etkin kullanmak” değil diyor Utkan ve şöyle ekliyor:

“Haurulanacak olursa, Nokia’nın ajan filmlerine de konu olan klasik modellerinden Nokia 9000, 1998 yılında piyasaya çıkmıştı. 2000’li yılların başlarından itibaren hayatımıza giren akıllı telefonlardaki evrimi, yeni neslin gelişimiyle de ilişkilendirebiliriz. iPhone 10 yaşında. iPhone ilk çıktığında doğanlar bugün 10 yaşında ve onunla doğan nesil hayatın her alanında şimdiden varlığını gösteriyor. Onlar okumayı da yazmayı da dokunmatik ekranlardan öğrendi. Herhangi bir ekran gördüklerinde onları dokunarak yönetime refleksi gösteriyorlar. Hatta evlerde bir dönem yaygın olarak kullanılan dijital çerçevelerin ekranlarını da parmaklarıyla bü-yütmeye çalışan çocuklar vardı.”

Çocuklar 10 yaşında akıllı telefon sahibi oluyor

Türkiye İstatistik Kurumu’nun (TÜİK) 2013 yılı verilerine göre çocuklarda cep telefonu kullanma yaşının 10’a kadar düşmüş durumda. Engin Utkan, yetişkinlerin bu konudaki yaklaşımını da şöyle değerlendiriyor:

“Çocuklarda cep telefonu kullanma yaşı giderek düşüyor. Günümüzde çocuklar arasında cep telefonu kullanma yaşının 6’lara kadar düştüğünü tahmin ediyoruz. 6-10 yaş arasındaki bu çocukların yüzde 85’i cep telefonu üzerinden oyun oynuyor. Aynı zamanda bu kesimin yoğun biçimde video içerik tükettiğini de biliyoruz. Pedagoji uzmanlarının bir bölümü çocuklar için cep telefon kullanma yaşını 10-11 olarak görürken; bir kısmına göre lise çağında cep telefonu kullanmaya başlamaları daha sağlıklı. Elbette bu uzmanların tamamının X veya en iyi ihtimalle Y kuşağından insanlar olduğunu hatırlatmakta fayda var. Onlar dijital doğanları ne kadar anlıyor bunu bilemeyiz.”

Türkiye telefon ve televizyondan vazgeçemiyor

Dijital dünyayla bu kadar erken yaşta haşır neşir olan bir neslin yetişkinlik dönemi hakkında ise sadece tahminlerde bulunabiliyoruz. Çünkü bu konuda bir deneyimimiz yok. Günümüzün mevcut tablosu gelecekle ilgili bazı ipuçları verse de dijital doğanların gelecek tercihleri belirsizliğini kuruyor.

Utkan, son yıllarda popüler olan dijital dönüşüm konusunda da değinmeden geçemiyor: “Özellikle şirketlerin bu konuyu bir hayli yanlış anladığını düşünüyorum. Çalışanlarını sosyal medya kullanmaya teşvik ederek dijital dönüşümde bulunacakları gibi bir yanılgı içindeler. Hâlâ pek çok şirket abonelik iptali için müşterilerinden faks istiyor. Özellikle genç şirketlerin yeni nesli iyi okuyamaması büyük talihsizlik. Hayatında faks kullanmamış insanlardan böylesine bir talepte bulunmak, onlara ne kadar yabancı olduklarının da bir kanıtı.”

Google Tüketici Barometresi’nin Ocak 2017 verilerine göre Türkiye’de cep telefonu kullanım oranı yüzde 95’lerde. Televizyon kullanım oranı yüzde 98. Telefon kullananların yüzde 75’i akıllı telefona sahip. Taşınabilir bilgisayar sahipliği oranı ise yüzde 51 düzeyinde. “Bu oranların ülkemizde ve dünyada hızla mobil ağırlıklı biçimde artacağını tahmin

ediyoruz” diyor Engin Utkan, sözlerini şöyle sürdürüyor: “Evet, insanların neredeyse tamamı televizyon seyrediyor. Fakat giderek artan bir kesim de video içeriği internette izlemeyi tercih ediyor. Sadece internette yayınlanmak üzere çekilen diziler milyonlarca izleyiciye ulaşıyor. Netflix bu anlamda önemli bir başarı hikayesi. Yerli örnekleri de görmeye başladık. Haberleri, tartışma programlarını, dizileri, filmleri, belgeselleri, klipleri ve televizyonda şimdiye dek tükettiğimiz içeriklerin tamamını internette; istediğimiz yerde ve zamanda izlemek dijital doğanların standardı haline gelmiş durumda. Hiçbir dijital doğanı, belli bir gün ve saatte yayımlanacak dizi için televizyonun başına dikemezsiniz.” “We are Social” (Biz Sosyaliz) başlıklı güncel araştırmanın sonuçları da Türkiye’de 48 milyon internet kullanıcısı olduğunu ve bunun 42 milyonun mobil üzerinden bağlandığını ortaya koyuyor. Aktif sosyal medya kullanıcı sayısı da 48 milyon civarında. Utkan, özellikle genç kesimin internet ve sosyal medya kullanımına çok yakın olduğuna işaret ediyor.



Türkiye’nin yarısı “dijital doğan” olacak

Türkiye İstatistik Kurumu’nun Ocak 2017 verilerine göre, 80 milyonluk nüfusumuzun yüzde 16’sını 0-8 yaş grubundaki çocuklar oluşturuyor. 10-19 yaş grubundakilerin oranı ise yüzde 16’a yakın seviyede. Teknolojik imkanlara aynı seviyede erişemiyor olsa da 20 milyonluk bir dijital doğan nüfusundan söz edebiliriz. 10 yıl sonra ise Türkiye tüketici nüfusunun yarısını dijital doğanlar oluşturacak.

Peki markalar, bu yeni neslin iletişim dilini ve davranışlarını ne kadar iyi analiz ediyor? Engin Utkan’a göre bu konuda yapılacak çok iş var ve geçen her gün aleyhte işliyor. Yeni neslin yaşam tarzının, algılama ve iletişim kurma şeklinin ezber bozduğunu söyleyen Utkan, şu tespitlerde bulunuyor: “İnsanı diğer canlılardan ayıran en önemli özelliklerden biri olan iletişim ve sosyalleşme günümüzde önemli bir evre yaşıyor. Dijital doğanlar emojiyle iletişim kuruyor ve duygularını şekillerle çok daha iyi anlatıyor. İletişim kurma, haberdar olma, karar verme, satın alma ve tüketme konusunda çok yeni tercihlerle karşı karşıyayız. Kesin olarak bildiğiniz bir şey var: Bu çocuklar farklı. Gazeteler yerine blogları okuyorlar. Sosyal ağlarda çok hızlı hareket edip tanıyorlar. Büyük olasılıkla bir kütüphane kartının neye benzediğini bile bilmiyorlar. Herhangi bir konuda telefonla



konusmaktansa mesajlaşmayı tercih ediyorlar ve ortak bir kültürle birbirlerine bağlılar. Onlarla iletişim kurabilmek, şimdiye dek yaşamış herhangi iki nesil arasındakinden çok daha zor olacak. Yani şimdiye kadar söylenegelen o ‘kuşak çatışması’nın ne olduğunu muhtemelen asıl bundan sonra göreceğiz.”

“Sanal gerçeklik” ile boyut değişecek

Teknoloji dünyasında her 5 yıllık periyotta yeni furyalar belirliyor. Robotlar gündemimizde uzun süredir yer kaplıyor olsa da yapay zekâlı asistan ve işçi robotların örneklerini yeni yeni görmeye başladık. Son yılların favori teknolojisi ise sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR). Pek çok önemli marka sanal gerçeklik gözlüğü ve 360 derece kayıt yapabilen kameralar geliştiriyor. YouTube ve Facebook,

360 derece video desteğini hemen yayına aldı. Fakat sanal gerçekliğin eğlenceli 360 derecelik videolardan ibaret olmadığını biliyoruz. Engin Utkan, “Yeni teknolojilere uyum konusunda doğuştan yetenekli olan yeni nesil için sanal gerçeklik alternatif bir yaşam anlamına gelebilir” diyor ve şöyle ekliyor:

“Sanal gerçeklik baktığımız yere göre ütöpik veya distöpik gelebilir. Şimdiki gibi kocaman başlıklar yerine gerçek görüntüye sanal görüntüleri bindiren VR kontak lenslerin olacağını düşünürsek; herkes günlük hayatı içinde dışarıdan bakanların bilmeyeceği şeyler görebilir. Çoğu insana saçma ve tedirgin edici gelecek çoğu davranış, dijital doğanları cezbedecektir. Örneğin, istediğiniz görüntüye ve davranışa sahip sanal evcil hayvanınızı gittiğiniz her yere götürüp onunla eğlenebilirsiniz.”

“DİJİTAL DOĞANLARI ANLAMAK İŞİMİZ İÇİN ÇOK ÖNEMLİ”

Engin Utkan’ın “dijital doğanlar” olarak bahsettiği yeni neslin arzuları, istekleri, anlama ve anlatma şekilleri çok farklı. Dolayısıyla onlara ulaşmak isteyen kişilerin de kurumların da yeni yöntemler geliştirmesi şart. Dijital doğanlara ulaşmak için 3 yıl gibi bir zaman kaldığını ve çok hızlı biçimde harekete geçilmesi gerektiğini düşünen Utkan, “Bugün mevcut müşterilerinizde denediğiniz çözümlerdeki başarı ölçü değil. Dijital doğanların yenilikçileri ve vizyonerlerinin kimler olduğu önemli olacak. ‘Onlara, onlarla nasıl çözüm üreteceğiz’ sorusuna cevap aramamız gerekiyor” dedi. Çağrı merkezi sektöründe faaliyet gösteren Teleperformance’ın her gün yüz binlerce insana dokunduğunu hatırlatan Utkan, şirketinin konuya bakışını da şöyle özetliyor:



“Bizim işimiz insanlarla iletişim kurmak, onların sorunlarına çözüm bulup isteklerini gerçekleştirmek. Bu yüzden doğru iletişim ve empati bizim işimizin olmazsa olmazı. Dijital doğanlarla belki henüz iş konusunda pek

karşılaşmıyoruz ama buna çok az zaman kaldı. Bireysel olarak dijital doğanlar konusuna olan ilgimi ve bu konudaki çalışmalarımı Teleperformance’ın yatırımları noktasında da değerlendirdiğimizi söyleyebilirim.”

PSM
PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

ÖDEME SİSTEMLERİ SEKTÖRÜNÜN RAKİPSİZ DERGİSİ

Sektörün tüm temsilcilerini
kapsayan zengin içerik

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

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

GMD
GÜNDEM MEDYA GRUBU

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 120 TL'yi

Medya Gündem Digital Yayıncılık Ticaret A.Ş.'nin

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

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

Bu formu 0212 238 72 07 no'lu faks ya da Cumhuriyet Cad. No: 147 / 6 Harbiye / Şişli / İstanbul adresine gönderiniz.



Teknoloji, bankalar için fırsat olacak

KPMG, “Geleceğin Dijital Bankası” raporunda gelişen teknolojinin bankacılık sektörüne etkisini inceledi. KPMG Türkiye Finansal Hizmetler Sektör Lideri Sinem Cantürk, “Bankaların teknolojiyi takip etmesi, müşterilerini iyi tanıması gerekiyor. Yeni nesil ödeme sistemleri, değişen alışveriş alışkanlıkları bankalar için sorun olarak düşünülebilir. Ancak bu durumu fırsata çevirenler zorlu tablodan kârlı çıkacak” diyor...

Hızlı ve bir o kadar da dev adımlarla ilerleyen teknoloji, bankacılık sektörünü temelden sarsıyor. Tek tuşla ödenen faturalar, değişen ödeme sistemleri, değişen alışveriş alışkanlıkları müşteri tercihlerini de değiştiriyor. Uluslararası danışmanlık şirketi KPMG tarafından hazırlanan “Geleceğin Dijital Bankası” başlıklı rapor, bu hızlı değişimi inceliyor ve teknolojinin bankacılık sektörüne etkisini analiz ediyor.

Raporu yorumlayan KPMG Türkiye Finansal Hizmetler Sektör Lideri Sinem Cantürk, “Hayatın her alanını kolaylaştıran teknolojinin en çok etkilediği sektörlerin başında bankacılık geliyor. Yeni nesil ödeme sistemleri, bankaya gitmeden yapılabilen bankacılık işlemleri geleneksel bankacılığı arka plana itiyor. Geleneksel bankalar, yeni nesil dijital oyuncular tarafından kuşatma altına alınmış bir pazarda faaliyette gösteriyor” diyor.

Rapor, bu değişimin bankalar için bir fırsat olduğunun altını çizerek, “Bankalar dijital dönüşümden yararlanarak pazar paylarını artırmalı, müşterilerini güçlü bir şekilde korumalı. Bu mücadeleden başarıyla ayrılan bankalar hem değer kazanacak hem de rekabet avantajı sağlayacak” değerlendirmesi yapıyor.

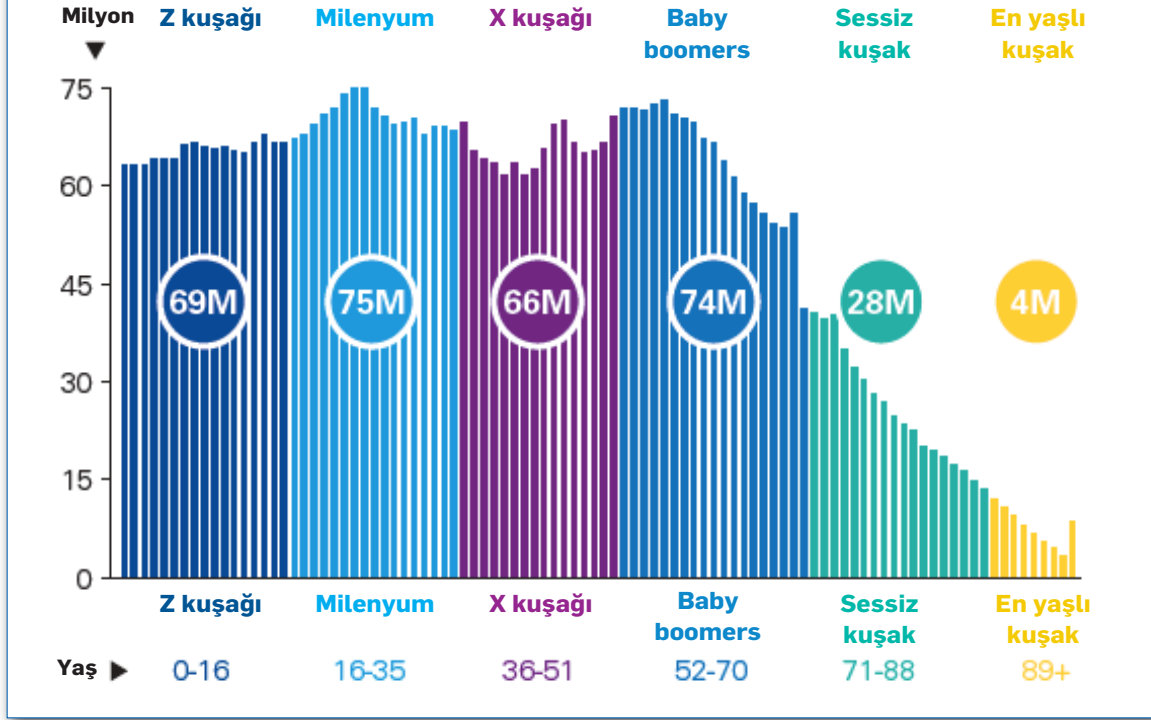
Dijital gücün müşteri alışkanlıklarında da yeni bir dönem başlattığını vurgulayan çalışma, başarının sırrının müşterinin alışkanlık ve deneyimlerini iyi anlayan ve ona göre strateji geliştiren bankaların olacağını sinyallerini de veriyor.

Müşterisini yakından tanıyan kazanacak

Raporda, “Y kuşağı” olarak adlandırılan 16-35 yaş grubunun teknolojiye gelişmelere de daha çabuk ayak uydurabildiğine dikkat çekiliyor. Sektöre adım



ABD NÜFUSUNUN YAŞ DAĞILIMI



atan yeni oluşumların ve FinTech şirketlerinin müşteri sadakat oranında geleneksel bankaların önüne geçtiğine işaret eden rapor, Y kuşağının yanında “baby boomers” olarak bilinen 52-70 yaş grubunun da yeni ödeme araçlarının sadık kullanıcıları arasına girdiği saptamasını yapıyor. Bu dönemde teknolojiyi takip eden ve yaşayan Y kuşağının ve yeni ödeme araçlarını kullanan “baby boomers” kuşağının taleplerinin çok iyi incelenmesi gerektiğine vurgu yapan Sinem Cantürk, raporla ilgili değerlendirmelerine şöyle devam ediyor:

“Bunun yanında internet halen ‘yapılandırılmamış’ bir veri ve bilgi havuzu. Sosyal medya ve diğer mecralardaki yapılandırılmamış veriler, ‘büyük veri’ (big data) yaklaşımıyla gerekli süzgeçlerden geçirilerek çok değerli bir kaynak olarak kullanılabilir, yeni nesil müşterilerin davranış ve tercihleri ortaya çıkarılabilir. Yapılandırılmamış veriler müşteri segmentasyonu, kredi derecelendirilmesi, raporlama, rekabet üstünlüğü sağlayan talep ve fırsat yaratma anlamında fark yaratacak.”

Her daim ulaşılabilir olmak

Rapor, müşterilerin dijital bankacılıktan beklentilerinin de değiştiğini belirterek “Dijital bankacılıkta yeni müşteri deneyimi kategorileri önem kazanacak. Bu kategorilerin arasında bankaların 7/24 ulaşılabilir olmasının yanında siber güvenlik araçlarıyla üst düzey koruma, gelişmiş veri analitiği araçlarıyla özelleştirilmiş bankacılık ve özelleştirilmiş fiyatlandırma hizmetleri müşterilerin beklediği nitelikler. Web ve arayüz tasarımına da önem veren müşteriler dijital süreç otomasyonunun sağlanmasını, daha hızlı kredi onaylarını ve yeni nesil hızlı ödeme teknolojilerine uygunluk sağlanmasını da bekliyor” saptamalarında bulunuyor.

Dijital bankacılık 10 yılda sektörü ele geçirecek

Sinem Cantürk’e göre rekabette öne geçmek için yeni kuşağın hizmet önceliklerini iyi anlamak gerekiyor: “Dijital bankacılığın yaklaşık 10 yıl içinde müşteriler tarafından benimsenmesi ve toplam pazarın yüzde 50’sini oluşturması bekleniyor. Bazı bankaların inovasyon merkezleri kurarak dijital bankacılık yolunda ilk adımlarını attığını biliyoruz. Bu noktada bankaların yeni ödeme altyapı ve araçlarına eğilmeleri, siber güvenlik ve dijital kimlik konusunda özel çalışmalarda bulunması gerekiyor. Çünkü riskleriyle birlikte geldiği düşünülen dijital bankacılık, teknolojiyle desteklenmesi durumunda ciddi fırsatlar da yaratacak.”

YENİ NESİL DİJİTAL OYUNCULARI HAFİFE ALMAYIN

“Geleceğin Dijital Bankası” raporunda bankaların geliştirmesi gereken temel stratejiler şöyle sıralanıyor:

- Müşteriyi yakından tanımak, müşterilerle daha talep etmeden yeni ürün ve hizmet geliştirmek, inovasyonda lider olmak.
- Dijital bankacılık hizmetleri için bir ekip kurmak, üzerinde görüş birliği varılmış bir strateji ve buna bağlı yol haritası belirlemek.
- Değişen şartlara uygun bir pozisyon alabilmek için ön hazırlık yapmak ve çalışmalara bir an önce başlamak.
- Dijital bankacılık vizyonunu sahiplenen bir üst yönetime sahip olmak.
- Bilgiye ve gelişen trendlere sürekli ulaşabilmek.
- Şirket içerisinde yenilikçi bir kültür oluşturmak.
- Yeni nesil dijital oyuncularla stratejik ortaklığa açık bir vizyona sahip olmak.

Yatırım almayı düşünen ödeme şirketleri nelere dikkat etmeli?



YTT Hukuk Bürosu
Av. Çağrı Coşar - Av. Kortan Toygar

B ankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) tarafından lisans verilen ödeme ve elektronik para kuruluşlarının sayısı her geçen gün artıyor. Sektördeki rekabet ortamı da buna paralel yoğunlaşıyor. Bu durum söz konusu kuruluşların yeni yatırımlar yapması gerekliliğini ortaya çıkarıyor, yatırımcı ihtiyacını gündeme getiriyor. Gerek yerel gerekse uluslararası yatırımcıların Türkiye'deki ödeme sektörüne olan ilgileri de her geçen gün artıyor.

Bilindiği üzere şirketler, dış kaynak ve yatırıma ihtiyaç duyduklarında, bu ihtiyaçlarını borçlanma araçları veya doğrudan doğruya şirket yapısına dahil edilecek yatırımcılar aracılığıyla karşılıyor.

Borçlanma araçlarının yapıları çeşitlilik göstermekle birlikte, genel olarak doğrudan doğruya borç oluşturur. Bir diğer ifadeyle şirketin olası kârı veya zararı üstlenilmez, şirket ödeme yükümlülüğü altındadır. Şirket yapısına dahil edilecek yatırımcılara belli bir oranda risk üstlenir. Dolayısıyla şirketin kalkınması, değerini ve kârlılığını yükseltmesi beklentisiyle hareket ederler. Bu durumda şirket veya şirketin ortakları, yatırımcıya karşı herhangi bir borç veya yükümlülük altına girmez.

Primli pay ihracı modeli

Peki borç altına girmeden kaynak edinmek isteyen ödeme ve elektronik para kuruluşlarının da kullanabileceği bir yöntem var mı? Bu noktada, primli pay ihraç ederek yatırım-

cının ortaklık yapısına alınması yöntemi ön plana çıkıyor.

Normal şartlar altında hisse devir işlemi yapıldığında yatırımcı ortaklık yapısına dahil edilir. Ancak burada kaynaklar şirkete değil, pay sahibi ortağa aktarılır. Yatırımcı yeni ortak ise buradan sonra ya sermaye artırımını yapacak ya da şirkete borç verecektir. Sermaye artırımını yapılması halinde pay oranlarının korunması isteniyorsa, eski ortak da sermaye koyma yükümlülüğü altına girecek, kendisi sermaye koymadığı takdirde hisse oranı düşecektir (dilution). Sermaye oranı düştüğünde ise ya yönetime katılma oranı da düşecek, ya da kendi paylarına imtiyaz veya fazladan oy hakkı tanınması için şirket sözleşmesinin değiştirilmesi gerekecektir.

Bütün bu riskleri üstlenmek istemeyen şirket sahipleri için de ayrı bir yöntem var: Primli pay ihraç etmek ve emisyon primini kaynak olarak değerlendirmek.

Bir örnekle somutlaştırmak gerekirse; (A) kişisine ait bir şirketin, her biri 100 TL değerinde 5.000 payı olduğu takdirde, şirketin esas sermayesi 500 bin TL değerinde olacaktır. (A), daha sonra kendisine bir yatırımcı bulmuş ve yatırımcının yüzde 20 oranını da pay sahibi olacağı şeklinde anlaşmaya varılmışsa, bu durumda şirketin sadece 1.250 pay çıkarılması gerekecektir. Çünkü nihai olarak ulaşılan 6.250 payın 5.000'i (A)'ya, 1.250'si yatırımcıya ait olacaktır. Bu da istedikleri yüzde 80 ve yüzde 20 oranlarını yansıtacaktır.

Bu yöntemin sağladığı asıl imkan ise ihraç edilen payların değerlerinin daha yüksek olarak belirlenebilmesidir. Örneğimize devam edecek olursak, ihraç edilen 1.250 payın nominal değeri 100 TL iken, primli ihraç değerini 5 bin TL olarak belirleyebiliriz. Bu durumda şirkete sağlanan kaynak toplamda 500 bin TL oluyor. Bunun 125 bin TL'si doğrudan doğruya şirketin esas sermayesine aktarılarak sermaye artırımını yapılmış oluyor. Kalan 375 bin TL ise genel kanuni yedek akçeye aktarılıyor ve olağan şartlar altında şirket tarafından kullanılabilir.

Ancak belirtmekte fayda var, bu örnekte yer alan 1.250 adet yeni payın hepsinin aynı değerden ihraç edilmesi gerekli değil. Payların bir kısmı 500 TL'den, bir kısmı 250 TL'den, bir kısmı da 100 TL'den ihraç edilebilir. Burada karar, işlemin taraflarının nasıl anlaştu-





“Doğrudan veya dolaylı pay sahipliği yoluyla sermayenin yüzde 10’unu ve daha fazlasını temsil eden payları edinmesi veya bir ortağa ait doğrudan veya dolaylı payların sermayenin yüzde 10, yüzde 20, yüzde 33 veya yüzde 50’sini aşması sonucunu veren pay edinimleri ile bir ortağa ait payların bu oranların altına düşmesi sonucunu veren pay devirleri, ödeme kuruluşu ve elektronik para kuruluşu için kurulun iznine tabidir...”



ıyla belirleniyor.

Yukarıdaki yöntem üzerinden yatırım almak için yapılması gereken işlemler eksiksiz olarak tamamlandığı takdirde, gerek ortaklar gerekse şirket üzerinde bir vergi borcu doğurmayan bir kaynak sağlama yöntemi olarak, primli pay ihraç etmek imkanı söz konusu.

Pay devirlerinde BDDK’ya bildirim ve izin konusu...

Diğer yandan, 6493 sayılı kanun uyarınca ödeme ve elektronik para kuruluşları pay devirlerini bildirmekle yükümlüdür. Kanunun 25’inci maddesinde bu konuda “Doğrudan veya dolaylı pay sahipliği yoluyla sermayenin yüzde 10’unu ve daha fazlasını temsil eden payları edinmesi veya bir ortağa ait doğrudan veya dolaylı payların sermayenin yüzde 10, yüzde 20, yüzde 33 veya yüzde 50’sini aşması sonucunu veren pay edinimleri ile bir ortağa



ait payların bu oranların altına düşmesi sonucunu veren pay devirleri, ödeme kuruluşu ve elektronik para kuruluşu için kurulun iznine tabidir” ibaresi yer alıyor.

Diğer önemli bir husus da izne tabi pay devirlerinde pay devralacakların 5411 sayılı kanunda banka kurucuları için aranan nitelikleri haiz olması gerektiğidir.

Sonuç olarak, yatırım arayışında olan ödeme ve elektronik para kuruluşları bakımından kurucu ve/veya mevcut ortakların haklarını koruyarak kaynak sağlama konusunda dikkat edilmesi gereken hususlar olduğunun altını çizmekte yarar görüyoruz. Bununla birlikte, ödeme ve elektronik para kuruluşlarının regülasyona tabi şirketler olmaları bakımından 6493 sayılı kanun ve ilgili mevzuatın bu hususta getirdiği yükümlülüklerle de riayet edilmesinin önemini bir kez daha vurgulamak istiyoruz.



NAKİTSİZ TOPLUM HEDEFİNE UÇARAK İLERLİYORUZ

BKM'nin açıkladığı 2017 yılı ilk 6 aylık verilere göre havayolları, geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 27 ile kartlı ödemelerde en çok artışın yaşandığı sektör oldu. Havayolları sektörünü, yüzde 21'er artışla kamu/vergi ödemeleri, araba kiralama, yemek takip etti...



Bankalararası Kart Merkezi (BKM) 2017 yılının ilk altı aylık verilerini açıkladı. Kartlı ödeme sistemlerinde ilk yarı verilerini değerlendiren BKM Genel Müdürü Dr. Soner Cankö, kart kullanımının sağladığı avantajların yanında banka hesabı sahibi nüfustaki artış, artan finansal okuryazarlık ve internet bankacılığı kullanımı gibi trendlerin de desteğiyle ödemelerde kart kullanımının artışı sürdürdüğünü belirterek, Türkiye'nin nakitsiz ödemeler toplumu hedefine emin adımlarla ilerlediğini söyledi. Kartlı ödemelerde öne çıkan sektörleri de değerlendiren Cankö, "Havayolları, kamu/vergi ödemeleri ve araba kiralama gibi sektörler yılın ilk yarısında geçen yılın aynı dönemine oranla kartlı ödeme miktarları açısından ciddi artış yakaladı. Bu eğilimin sürmesini bekliyoruz" ifadelerini kullandı.



En fazla kartlı ödeme artışı havayolu sektöründe

Havayollarında kartlı ödemelerde artış yüzde 27

BKM'nin paylaştığı verilerde, kartlı ödemelerdeki artışla beraber en fazla artışın hangi sektörlerde gerçekleştiği detaylı incelendiğinde, 2017 yılının ilk 6 ayında geçen yılın aynı dönemine göre havayollarının yüzde 27, kamu/vergi ödemelerinin yüzde 21, araba kiralamanın yüzde 21, yemeğin yüzde 21, benzin ve yakıt istasyonlarının ise yüzde 20 ile en fazla artış gösteren sektörler arasında yer aldığı görülüyor.

Sektörel Kartlı Ödeme Tutarı (Milyon TL)	2016 Ocak-Haziran	2017 Ocak-Haziran	Değişim
Havayolları	5.377	6.826	%27
Kamu/Vergi Ödemeleri	8.441	10.246	%21
Araba Kiralama	711	863	%21
Yemek	10.807	13.081	%21
Benzin ve Yakıt İstasyonları	23.302	27.967	%20



“Nakitsiz ödemeler toplumu hedefimize hızla yaklaşıyoruz”

Kredi kartı ve banka kartı sayıları artarken kartlı ödemelerde yüzde 11 oranında büyüme gerçekleştiğine dikkat çeken Dr. Soner Cankö, sözlerine şöyle devam etti: “Dijitalleşen dünya ile beraber internetten kartlı ödemeler de sektöre göre daha hızlı büyümesini sürdürüyor. Kartlı ödeme sektörünün büyümesiyle beraber nakit kullanımının hala yoğun olduğu mikro ödemelerde, banka kartı kullanımının yaygınlaştığını görüyoruz. Banka kartı kullanımının yaygınlaşması nakitsiz hayat yolunda önemli bir gelişme olurken bu yolda bir diğer önemli ödeme yöntemi olarak ise temassız teknoloji ön plana çıkıyor. Hem kart hem de kart kabul noktasında büyük ivme yakalayan temassız dönüşümle vakit kazanmaya devam ediyoruz. Bu veriler nakitsiz ödemelere giden yolda hızlanan değişimi ortaya koyuyor. Kayıt dışı ile mücadele ve nakitsiz ödemeler toplumuna giden yolda kart kullanımının yaygınlaşmasını önemsiyoruz ve verileri olumlu buluyoruz.”



Kart Sayıları (Milyon Adet)	2016 Haziran	2017 Haziran	Değişim
Banka Kartı	115,4	124,2	%8
Kredi Kartı	59,0	60,4	%2
Toplam	174,5	184,6	%6



Kartların kullanım alanı genişliyor

BKM'nin açıkladığı verilere göre haziran ayı sonunda Türkiye'de 60.4 milyon adet kredi kartı, 124.2 milyon adet de banka kartı kullanılıyor. 2016 yılının haziran ayı ile kıyaslandığında kredi kartı sayısında yüzde 2'lik artış, banka kartı sayısında ise yüzde 8'lik artış görülüyor. Toplam kart sayısı ise 185 milyon adede yaklaşarak geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 6 oranında artış gösterdi.

Kartlı Ödeme Tutarı (Milyar TL)	2016 Ocak-Haziran	2017 Ocak-Haziran	Değişim
Banka Kartı	23	32	%37
Kredi Kartı	262	285	%9
Toplam	285	317	%11

Günümüzde vergiden bireysel emeklilik ödemesine, taksiden sigorta ödemelerine ve hatta bağış ödemelerine kadar hayatın her alanında kartlarla ödeme yapabilir duruma gelindi. Bunun sonucunda para üstü derdini ortadan kaldıran, zaman kazandıran ve üzerimizde nakit

taşımamıza gerek kalmadan günlük hayatımızı sürdürmemizi sağlayan kartlarla ödemeler daha da yaygınlaştı. 2017 yılının ilk altı ayında kartlarla toplam 317 milyar TL tutarında ödeme yapılırken bu değer, önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 11 büyüme olduğunu gösteriyor.



Nakitsiz

işlemler 10 yılın rekorunu kırdı

World Payment Report 2017'ye göre 2014-2015 döneminde nakitsiz işlem adedi, son 10 yılın en yüksek seviyesi olan 433.1 milyara ulaştı. Büyüme hızında Asya'da Çin, Amerika'da ise Kanada liderliğini sürdürüyor. Suudi Arabistan ve Polonya'daki yükseliş de özellikle dikkat çekiyor...



Capgemini ve BNP Paribas'ın geçen yıl yaptığının işbirliğinin ikinci çalışması olan World Payment Report'un (WPR-Dünya Ödemeler Raporu) ikincisi yayımlandı. Rapora göre 2014-2015 döneminde, son 10 yılın en yüksek değeri olan 433.1 milyar işlem adedine ulaşıldı. Bu, aynı zamanda söz konusu raporun bir önceki versiyonunda yer alan 426 milyar adetlik beklentinin üzerinde bir artışı simgeliyor.

Pastanın bu kadar büyümesinde ise iki bölge öne çıkıyor: Asya ve CEMEA (Orta Avrupa, Ortadoğu ve Afrika). Asya'daki artış yüzde 43.4 gibi son derece ciddi bir oranla öne çıkarken CEMEA bölgesi de yüzde 16.4 ile hatırı sayılır bir büyümeyi ifade ediyor. CEMEA bölgesinde ülke bazında en hızlı büyüme oranı ise Suudi Arabistan ve Polonya'ya ait. Suudi Arabistan'daki ödeme sistemi SADAD; bireyler, bankalar, işletmeler ve hükümet sektörü için çok çeşitli ödeme işlemlerini kolaylaştıran ulusal bir EBPP (elektronik fatura kabulü ve ödeme altyapısı paylaşımı) konumunda. Başlangıçta bir e-fatura ödeme sistemi olan SADAD, 2016 yılında bankalarda ve perakendeciler arasındaki bağlantıları kolaylaştıran e-hesap hizmetlerinin başlatılmasıyla genişletildi. Benzer bir hikaye daha önce İngiltere'de de yaşanmıştı...

Çin yine lider...

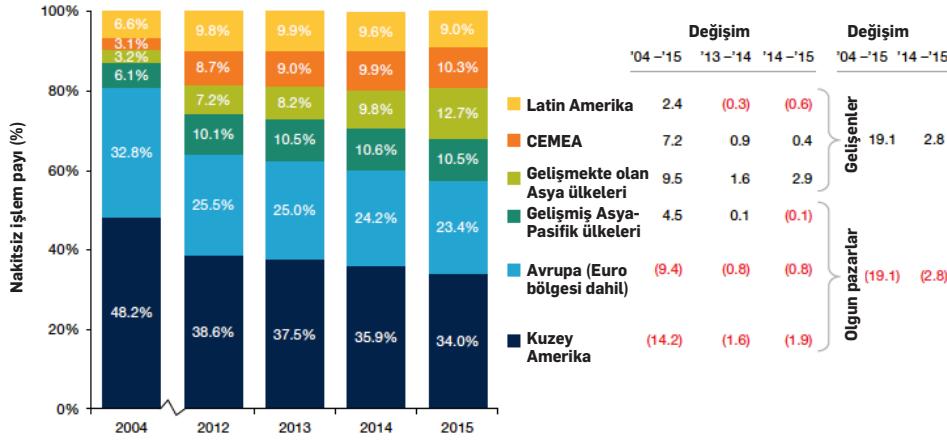
Gelişmekte olan Asya'daki hızlı büyüme, mobil ödemelerin ve cüzdanların kabulü arttıkça kart kullanımının yaygınlaşmasının bir sonucu olarak görülüyor. Online ödeme ağları ve EBPP çözümleri, mobil ödemeleri artıran bir diğer unsur olarak dikkat çekiyor. Söz konusu dönemde gelişmekte olan ülkelerde yüzde 21.6 büyüme yaşanırken, gelişmiş ekonomilerde bu oran yüzde 6 ile sınırlı kalmış durumda. Hızlı gelişen bölgelerin tamamına bakıldığında ise en hızlı büyüme oranları Çin (yüzde 63.2), Rusya (yüzde 30), Hindistan (yüzde 16), Meksika (yüzde 10.9) ve Güney Afrika (yüzde 10.7) sıralaması göze çarpıyor.

Gelişmiş piyasalardaki nakit dışı işlem hacmi yüzde 6.8 büyürken, 2014'te yüzde 6 nominal yükseliş kaydedildi. Bu segmentte yüzde 10.2 ve 5.4 ile en yüksek büyüme oranlarını Avrupa-dışı ve Kuzey Amerika bölgeleri gördü.

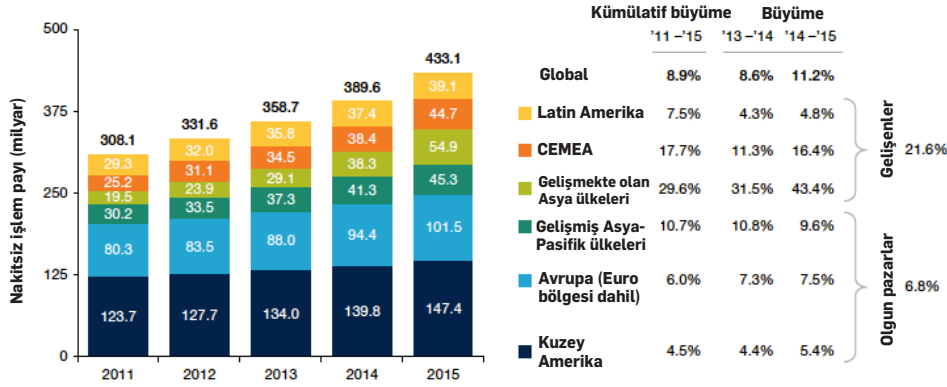
Amerika kıtasının lideri Kanada

Batıya doğru gidildiğinde ise ABD ve Kanada'nın bulunduğu Kuzey Amerika'da yüzde 5.4'lük büyümeyle karşılaşıyoruz. Detaylara inildiğinde, Kanada'da 2011-2015 arasında temassız ödeme özelliğine sahip kredi kartlarının kullanımında üç katlık artış dikkat çekiyor. Buna karşılık, 2014'ten

Bölgelere göre nakitsiz işlem hacmi (%) 2004, 2012-2015



Bölgelere göre nakitsiz işlem adedi (milyar) 2011-2015



2015'e geçişte yaklaşık 2 puanlık bir gerileme de söz konusu.

Avrupa geneline bakıldığında ise nakitsiz işlem hacmindeki artış oranının sadece 0.2 puan olduğu görülüyor. Yani Avrupa, yüzde 7.3'ten 7.5'e çıkan bir büyüme kaydetti. Bu bölgede Almanya, İspanya, Finlandiya, İrlanda, İsveç ve Danimarka

en hızlı büyüyen ülkeler oldu.

Rapor sadece nakitsiz işlem hacmini yansıtmıyor. Rapor sadece nakitsiz işlem hacmini yansıtmıyor. 2018'de devreye alınması planlanan PSD2 (Avrupa Ödeme Hizmetleri Direktifi) standartlarıyla ilgili yorumların da yer aldığı raporda, bankaların ve üçüncü parti ödeme hizmet sunucularının PSD2'den nasıl etkileneceği masaya yatırılıyor.

İtalyan Borsası, blockchain platformu kuruyor

Finans dünyasının blockchain'e ilgisi gün geçtikçe artıyor. Blockchain konusunda çalışmalarını hızlandıran London Stock Exchange Group, İtalyan şirketlerin hisselerini dijital ortamda işlemek için IBM işbirliğinde Hyperledger altyapısıyla bir blockchain platformu kuracağını duyurdu. LSEG'in İtalya'daki kolu olan Borsa Italiana için geliştirilen platform, özellikle küçük ve orta ölçekli İtalyan şirketlere hizmet edecek. Böylece bu şirketler büyüdükçe, hissedarlarıyla etkileşimlerini daha kolay yönetebilecek. Platformun ama-

ci, hissedarların pay sahipliği bilgisinin izlenmesini ve yönetimini daha basit hale getirerek, tüm paydaşların işlemlerinin kaydını içeren dağıtık ve paylaşımlı bir kayıt defteri oluşturmak. Platformun temelini Hyperledger Fabric çözümü oluştururken, henüz test aşamasında sayılabilecek bu ürün için önümüzdeki aylarda pek çok yeni özelliğin eklenmesi planlanıyor. Blockchain platformu daha geniş bir kullanıma açılmadan önce, küçük bir müşteri ve iş ortağı grubu tarafından test edileceği de belirtiliyor.



Kripto para için akıllı bileklik yapıldı

İrlandalı Bitcart adlı girişim, dünyada ilk kez kripto para ödemelerini yapacak "Festy" adlı akıllı bileklik ürettiğini açıkladı. Söz konusu bileklik raflardaki yerini aldığı ilk giyilebilir kripto para aygıtlarından biri olacak. Ödeme hesabı olarak Dash adlı, Bitcoin alternatifi kripto para birimini kullanan Festy, servis olarak Dash'in InstantSend teknolojisinden faydalanan bir blockchain altyapısı üzerinde çalışıyor. Ödemeler QR (karekod) tekniğiyle gerçekleştiriliyor. Coin Telegraph'ın haberine göre bu sayede ödemeler neredeyse anlık gerçekleşirken, aracının aldığı komisyon geleneksel kredi kartlarından çok daha düşük olacak. Bitcart CEO'su Graham de Barra, Dash ile kurdukları iş ortaklığının özellikle günlük kullanım için ideal bir ödeme çözümü ortaya çıkardığını düşünüyor. De Barra, "Şu an kullanımda olan geleneksel bankacılık tabanlı ödemelerde işlem başına yüzde 2 ile 5 arası işlem ücreti alınırken, Dash ile ödeme alan işletmeler açısından herhangi bir maliyet ortaya çıkmıyor" diyor.



İsveçli Klarna, üçüncü yatırımını aldı

Kısa bir süre önce Visa'yı da ortakları arasına katan İsveç merkezli ödeme sistemi girişimi Klarna, 250 milyon dolar civarında yeni bir yatırım aldı. Özel sermaye grubu Permira, Klarna'nın yüzde 10 hissesine sahip olarak ödeme sistemleri sektörüne adım atmış oldu. Böylece Klarna'nın son dönemde aldığı yatırım tutarı da 500 milyon doların üzerine çıktı.

Hatırlanacağı gibi Klarna'nın eski yatırımcıları arasında yer alan DST ve General Atlantic paylarını satarak şirkete ilişkilerini kesmişti. Sequoia ve Atomico ise yatırımcı olarak devam ediyor. 70 bin üye işyeri tarafından kullanılan ve 60 milyon civarında müşteriye ulaşan Klarna'nın, yeni yatırımlarla birlikte servisini daha da yaygınlaştırması bekleniyor.

2017'de perakendede mobil ödeme ana hatları

Son 2 yılda dijital ödemeler dramatik bir hareket içinde, bu trend ödemeler endüstrisi üzerinde önemli bir etki yaratmaya devam edecek. Bu infografik bu yıl perakendede ödemeler manzarasının nasıl şekilleneceğini gösteriyor.



Markaya özel uygulamalar ve özel ödeme seçenekleri en fazla etkinlik görecek alan olacak



Global olmayan kartlı işlem hacmi % 10-15 büyüme ile 450 milyarı aşabilir. Bunun önemli bir kısmı geleneksel olmayan ödeme araçları Paypal, Venmo ve Alipay gibi oyuncular aracılığıyla yapılacak.



Gelişmekte olan piyasaların bu konuda öncü görevi üstlenebilir. Nakitsiz ödemenin ilk 10 pazarında büyüme oranı yüzde 15-20'ye çıkabilir.



Paytm India gibi geleneksel olmayan oyuncuların, gelişmekte olan pazarlarda büyümede itici güç üstlenmesi bekleniyor.



Çoğu sektörde, işlem sayılarındaki büyüme, işlem değerine göre daha fazla olacak. Tüketiciler arasında daha az harcama ancak daha sık alışveriş yapma tercihi öne çıkacak.

Büyüme sürükleyecek nedenler

Kart penetrasyonunun artması



Şifreleme, tokenizasyon, biyometri gibi gelişmiş güvenlik önlemleri



Model ödemeye adaptasyonun artması



Düzenleyici müdahaleler

Kartlar en hızlı büyüyen ödeme aracı olmaya devam edecek. Banka kartlarının kredi kartlarına olan üstünlüğü sürecek



Sadece yazarkasada değil, tüm ödeme çözümlerinizde Verifone

Son teknoloji ödeme çözümleriyle Türkiye'de 20, dünyada 35 seneyi aşkın süredir çok büyük başarılar imza atan Verifone, geliştirdiği yeniliklerle işinizi kolaylaştırmaya ve size kazandırmaya devam ediyor.

Günlük, olağan ödeme işlemlerini işletmeniz için yeni nesil alışveriş fırsatlarına dönüştüren Verifone, yazarkasadan POS'a farklı ödeme sistemleriyle tüm zorlu süreçlerde iş ortağınız olarak yer alıyor ve çözümler üretiyor.

www.verifone.com.tr
pazarlama@verifone.com

Verifone®

TÜRKİYE'NİN ÖDEME YÖNTEMİ TROY

Türk bankalarının geliştirdiği
kutlamaya değer bir yenilik.

**Kartınız hangisi olursa olsun,
sağ alt köşesinde TROY olsun.**



troyodeme.com | [#TroyOlsun](https://twitter.com/TroyOlsun)

[f/TroyOdeme](https://www.facebook.com/TroyOdeme) [/TroyOdeme](https://www.instagram.com/troy_odeme) [@troy_odeme](https://www.instagram.com/troy_odeme)